

INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES
CURSO DE ESTADO-MAIOR CONJUNTO
2011-2012



TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO INDIVIDUAL

**A INSTRUMENTALIZAÇÃO DOS “MEDIA” NOS
CONFLITOS**

DOCUMENTO DE TRABALHO

O TEXTO CORRESPONDE A TRABALHO FEITO DURANTE A FREQUÊNCIA DO CURSO NO IESM SENDO DA RESPONSABILIDADE DO SEU AUTOR, NÃO CONSISTINDO ASSIM DOUTRINA OFICIAL DAS FORÇAS ARMADAS PORTUGUESAS NEM DA GUARDA NACIONAL REPUBLICANA

Bruno Marques Lopes
MAJ INF



INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO INDIVIDUAL

**A INSTRUMENTALIZAÇÃO DOS “MEDIA” NOS
CONFLITOS**

MAJ INF Bruno André Assunção Marques Lopes

Trabalho de Investigação Individual do Curso de Estado-Maior Conjunto
2011-2012

Lisboa – 2012



INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO INDIVIDUAL

**A INSTRUMENTALIZAÇÃO DOS “MEDIA” NOS
CONFLITOS**

MAJ INF Bruno André Assunção Marques Lopes

Trabalho de Investigação Individual do Curso de Estado-Maior Conjunto
2011-2012

Orientador:

TCOR INF Rui Alexandre Ramos Silva

Lisboa – 2012



Agradecimentos

Gostaria de agradecer ao meu orientador, TCOR INF Rui Alexandre Ramos Silva, pelo auxílio prestado na orientação do trabalho, tendo acompanhado todas as fases da elaboração da investigação, com interesse, disponibilidade, motivação e um olhar crítico e construtivo que, em muito contribuiu para a estruturação e rigor deste trabalho.

Gostaria ainda de expressar o meu agradecimento aos meus pais, pelo seu incondicional apoio, colmatando a minha constante falta de disponibilidade diária, durante todo este tempo. Ao meu sogro, Francisco, pelo trabalho de revisão que efetuou do trabalho, mostrando-se sempre generoso na disponibilidade para colaborar.

Um carinhoso agradecimento à minha mulher, Helga, por ler e comentar todo o texto e pela paciência que tem tido durante estes meses.

Finalmente, uma dedicatória especial para o meu filho, Diogo que, com apenas quatro anos, se viu privado da disponibilidade do pai.

A todos que me ajudaram, o meu muito obrigado!



Índice

Introdução	1
1. Terrorismo	6
2. Media	13
a. Natureza, função e transformação dos <i>Media</i>	14
b. Os <i>Media</i> Sociais.....	18
3. Instrumentalização dos <i>Media</i> Tradicionais	22
a. Razões para a instrumentalização dos <i>Media</i>	22
(1) Ganhar atenção e consciencialização (espalhar o medo)	23
(2) Reconhecimento das motivações	24
(3) Ganhar respeito e simpatia	26
(4) Ganhar legitimidade.....	26
b. Razões para o interesse dos <i>Media</i> em ações violentas.....	28
4. Instrumentalização dos <i>Media</i> Sociais.....	31
a. A <i>Internet</i> e os <i>Media</i> Sociais.....	31
b. A Primavera Árabe	36
Conclusões	42
Bibliografia.....	45
Anexo A – Exemplos de aplicações dos <i>Media</i> Sociais.....	A-1



Resumo

O presente trabalho visa, em primeiro lugar, analisar a nova conceção e forma de atuação do terrorismo, numa segunda fase, analisar os *media*, os tradicionais e os novos e, finalmente, caracterizar a ligação entre os *media* e o terrorismo para concluirmos se as escolhas dos *timings* e da tipologia das próprias ações por parte das organizações terroristas, levam em conta a mediatização que os *media* lhes proporcionam. Da mesma forma, visa analisar como os *media* sociais, para além de servirem os interesses do terrorismo, podem ser utilizados como um catalisador ou “acelerador” de conflitos, sendo disso exemplo o fenómeno da Primavera Árabe. Neste contexto, a questão central que orienta este trabalho e à qual pretendemos dar resposta é a seguinte: “Qual o impacto social da instrumentalização dos *media*?”, iremos fazê-lo de acordo com a Metodologia de Investigação Científica, seguindo o método hipotético.

Após uma breve introdução iremos abordar a questão do terrorismo, apresentando o conceito que será utilizado e, seguidamente, apresentamos um enquadramento histórico-científico da evolução do terrorismo no mundo, nas últimas décadas. Seguidamente, desenvolveremos o tema dos *media*, primeiro com os *media* tradicionais, focando a sua natureza e função para, seguidamente, desenvolvermos o modo como se processou a sua metamorfose. Finalmente, passaremos a descrever os *media* sociais, começando por abordar a plataforma *Internet*, para depois compreendermos as potencialidades, limitações e riscos dos *media* sociais.

Após analisados os intervenientes, iremos explicitar como se efetua a instrumentalização dos *media*. Primeiro, analisando quais as características dos *media* tradicionais que os tornam atrativos à exploração por parte de organizações terroristas. Seguidamente, verificaremos o que motiva os *media* a darem cobertura mediática às ações terroristas. Abordaremos então como as organizações terroristas e os movimentos sociais utilizam a *Internet*, em particular os *media* sociais. Terminaremos com umas breves conclusões onde, procuramos dar resposta à Questão Central, apresentando as recomendações que consideramos pertinentes.



Abstract

The present work aims, first of all, to examine the terrorism new conception and course of action then, analyze the media, traditional and new and finally to characterize the connection between media and terrorism to conclude whether the choices, the timing and type of actions, on the part of terrorist organizations, take into account the media coverage that they provide. Also aims to analyze how social media, as well as serving the interests of terrorism, can be used as a catalyst or "accelerator" of conflicts, being an example, the phenomenon of Arab Spring. In this context the central question that guides this work and which we intend to answer is: "What is the social impact of the instrumentalization of the media?" We will do it according to the Methodology of Scientific Research, following the hypothetical method.

After a brief introduction, we'll address the issue of terrorism, presenting the concept to be used and then present a framework of historical and scientific evolution of terrorism in the world in recent decades. Then, develop the theme of the media, first with the traditional media, focusing on the nature and function to, subsequently, develop the way they processed their metamorphosis. Finally, we'll describe social media, starting by addressing the Internet platform, and then understand the strengths, limitations and risks of social media.

After analyzing the actors, we'll explain how it makes the manipulation of the media. First, analyzing which characteristics the traditional media have, that makes them attractive to exploitation by terrorist organizations. Then we verify what motivates the media to give coverage to violent actions. We will discuss then, how the terrorist organizations and social movements use the Internet, more specifically social media. We end with brief conclusions where we seek to answer the central question, presenting the recommendations that we consider relevant.



Palavras-chave

Instrumentalização;

Internet;

Media;

Media Sociais;

Organizações terroristas;

Terrorismo.



Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

CNN	<i>Cable News Network</i>
EUA	Estados Unidos da América
H	Hipótese
HTTP	<i>Hypertext Transfer Protocol</i>
IESM	Instituto de Estudos Superiores Militares
IRA	Exército Republicano Irlandês
MS	<i>Media Sociais</i>
MT	<i>Media Tradicionais</i>
OLP	Organização para a Libertação da Palestina
PKK	Partido dos Trabalhadores do Curdistão
QC	Questão Central
QD	Questão Derivada
RAF	Fação do Exército Vermelho
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
TWA	<i>Trans World Airlines</i>
WEB	<i>World Wide Web</i>



Introdução

“Terrorism, like Propaganda, is a form of persuasive communication”
(Martin, 1986, p.1)

Os *media* comportam-se como verdadeiro “oxigénio” para o terrorismo, dando-lhe “visibilidade”, considera Margaret Thatcher¹, que afirmou, terem de se encontrar formas de, “*starve the terrorist (...) of the oxygen of publicity on which they depend*”. A questão da relação entre o terrorismo e os *media*, sobretudo na televisão é uma realidade que se traduz numa relação simbiótica, no mundo global em que vivemos. O terrorismo internacionalizou-se, “com a globalização é totalmente impossível impedi-lo”, realçou Daniel Dayan² (2006), considerando ainda que, “a par do futebol e dos grandes espetáculos musicais, o terrorismo é hoje, um dos principais *shows* televisivos”. Realidade que teve o seu auge com os atentados do 11 de setembro de 2001³.

A história deu-nos inúmeros exemplos de benefício mútuo entre o terrorismo e os *media*. Os reféns da organização terrorista palestina, nos Jogos Olímpicos de Munique de 1972, o desvio do voo 847 da *Trans World Airlines* (TWA) pelos terroristas Libaneses, em 1985, o ataque terrorista às Torres Gêmeas em Nova Iorque em 2001, ou os ataques aos transportes públicos em Madrid em 2004, foram eventos intensamente mediatizados, onde as organizações terroristas obtiveram a desejada atenção do público e os *media*, consequentemente, beneficiaram de receitas recorde e de audiências gigantescas (Frey & Rohner, 2006).

Apesar do efeito mediático ter sido comparável aos já citados, no ataque terrorista de Londres, em 2005, as televisões não mostraram imagens de cadáveres ou de feridos graves, que podiam chocar a opinião pública. A gestão da informação foi efetuada de forma mais responsável e prudente, ao nível da palavra, mas principalmente, ao nível da imagem (Sousa, 2005). Aparentemente, as organizações terroristas empregam o terror como “estratégia de comunicação”, escolhendo deliberadamente os seus alvos e *timings* de forma a maximizarem a atenção dos *media*. Como foi ostensivamente afirmado pelo líder

¹ Política britânica, foi primeira-ministra do Reino Unido, de 1979 a 1990.

² Investigador na área dos *media*, destacando-se no tratamento do terrorismo e dos *media events* na comunicação social. É diretor do Centro Nacional de Investigação Científica, em Paris, e do Instituto Marcel Mauss tendo sido professor em diversas universidades: Milão, Oslo, Genebra, Jerusalém, Brasília e Paris.

³ Série de ataques suicida coordenados pela *al-Qa'ida*, aos EUA. Na manhã daquele dia, 19 terroristas da *al-Qa'ida* sequestraram quatro aviões comerciais de passageiros. Os sequestradores, intencionalmente, despenharam dois dos aviões contra as Torres Gêmeas do *World Trade Center* em Nova Iorque, matando todos a bordo e muitos dos que trabalhavam nos edifícios.



da organização terrorista Exército Vermelho Unido⁴: “*There is no other way for us. Violent actions are shocking. We want to shock people, everywhere. It is our way of communicating with the people*” (Frey & Rohner, 2006, p.3).

Na era da informação e dos meios de comunicação globais, as organizações terroristas já não estão limitadas pelas fronteiras nacionais ou regionais, podem espalhar facilmente palavras e imagens chocantes por todo o mundo e condicionar, homens e mulheres impressionáveis, para serem eventualmente recrutados para as suas células e redes organizadas. Terroristas transnacionais e domésticos, seja nos Estados Unidos da América (EUA), Europa, Médio Oriente, Extremo Oriente ou qualquer outra região, exploram os tradicionais e os novos *media* para alcançarem um conjunto de objetivos essenciais – em benefício da eficiência dos seus operacionais, da recolha de informação, do recrutamento, obtenção de fundos, e esquemas de disseminação de propaganda, entre amigos e inimigos, “*propaganda of the deed*”⁵ (Nacos, 2006, p.1). Paradoxalmente, a *Internet*, rede descentralizada, criada pelos EUA para proteger a informação contra a ex-União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, serve agora, com uma importância crescente, os interesses dos seus inimigos: o terrorismo transnacional (Weimann, 2004, p.2).

A relação entre *media* e governos, bem como a relação entre *media* e militares, em situações de conflito, têm sido tema de inúmeros estudos, existindo inúmeras visões e interpretações dessas relações. A simbiose entre *media* e terrorismo, apesar de já bastante desenvolvida, tem vindo a merecer nova abordagem, principalmente, no que diz respeito à utilização dos *media* sociais (MS) e das novas tecnologias associadas, por organizações terroristas que, embora já existentes, aparecem agora reorganizadas e despertas para explorar as potencialidades desses meios, apresentando novas formas de ameaçar pelo terror, o mundo ocidental.

O trabalho proposto visa, em primeiro lugar, analisar a nova conceção e forma de atuação do terrorismo, numa segunda fase, analisar os *media*, os tradicionais e os novos e, finalmente, caracterizar a ligação entre os *media* e o terrorismo para concluirmos se as escolhas dos *timings* e da tipologia das próprias ações por parte das organizações terroristas, levam em conta a mediatização que os *media* lhes proporcionam. Da mesma forma, iremos analisar como os MS, para além de servirem os interesses do terrorismo,

⁴ Grupo revolucionário armado japonês, criado em 1971.

⁵ Propaganda pelo Ato, também conhecida como Propaganda pela Ação ou pelo Feito, consiste na realização de uma ação de grande visibilidade para que esta se torne referência e inspiração para outras ações semelhantes e/ou complementares implementadas por outros grupos e indivíduos.



podem também ser utilizados mesmo como catalisador ou “acelerador” de conflitos, sendo disso exemplo o fenómeno da Primavera Árabe.

Neste sentido, o trabalho torna-se assaz importante, pois sem compreender a realidade atual do terrorismo e dos *media*, não se poderá compreender a relação simbiótica entre ambos e muito menos, qual a extensão da instrumentalização efetuada pelas organizações terroristas. Sem uma perceção correta destes factos, estamos impedidos de adotar medidas eficazes de controlo da propaganda ou de minimização dos danos, das ações dessas organizações, quer essas medidas sejam tomadas pelos *media*, pelos Estados visados ou por ambos conjuntamente. A importância do tema é definitivamente confirmada pelo crescente interesse que Estados, como os EUA ou a Inglaterra têm dado à luta contra esta nova abordagem do terrorismo e à exploração que estas organizações têm feito, principalmente no que se refere aos MS. No caso da Primavera Árabe, a sua atualidade confere-lhe uma relevância inegável, visto que o fenómeno ainda está a acontecer.

O objeto de estudo do presente trabalho é a instrumentalização dos *media* pelas organizações terroristas e movimentos de revolta. Assim sendo, focaremos a nossa atenção no terrorismo: como evoluiu, como se organiza, como atua e com que objetivos; nos *media* (tradicionais e novos): efetuando o seu enquadramento, particularizando depois, os MS, e como estes se inserem no mundo da comunicação atual; caracterizaremos como é que os *media* tradicionais (MT) e as organizações terroristas se cruzam; e, finalmente, analisaremos como é que as organizações terroristas utilizam a *Internet* para atingirem os seus fins e como têm vindo a ser utilizados os MS no fenómeno da Primavera Árabe.

Abordaremos o terrorismo, não de forma exaustiva mas, centrando-nos nos fundamentos e na sua evolução, necessários para compreendermos as razões que levaram as organizações terroristas a interessarem-se pelas potencialidades dos *media*. A abordagem à Primavera Árabe será feita de forma superficial, colocando-se a ênfase na importância dos MS e seu desenvolvimento. As relações entre Estado e *media*, entre militares e *media* e entre Estado e organizações terroristas, não serão desenvolvidas, sendo feitas apenas algumas referências quando necessário for. Quanto à limitação temporal, a presente investigação focar-se-á essencialmente, nos desenvolvimentos ocorridos na altura em que se iniciou o despontar dos novos *media*, *i.e.*, quando estes começaram a adquirir uma expressão significativa na sociedade e, conseqüentemente, na organização e desenvolvimento da esmagadora maioria das organizações terroristas. Porém, esta limitação não impedirá recuarmos no tempo, para encontrar factos que nos ajudem a enquadrar determinada temática.



Para o desenvolvimento do presente trabalho de investigação, propomos a seguinte Questão Central (QC):

QC: Qual o impacto social da instrumentalização dos media?

Para nos ajudar a atingir os objetivos específicos, propomos as seguintes Questões Derivadas (QD):

QD1: Como se caracteriza atualmente o terrorismo?

QD2: Como se caracterizam os *media* da atualidade?

QD3: Que tipo de relação existe entre o terrorismo e os *media* tradicionais?

QD4: Como poderão os *media* sociais transformar-se em novas armas?

Face às QD, foram formuladas as seguintes hipóteses (H):

H1: O terrorismo internacionalizou-se, tornou-se mais sangrento, menos seletivo.

H2: Os *media* caracterizam-se por estarem concentrados sob a alçada de grandes grupos económicos e pela adesão à convergência digital, fruto das novas tecnologias.

H3: Existe uma relação de interdependência entre os dois tipos de organizações, contudo, com objetivos claramente diferenciados.

H4: As características dos *media* sociais torna-os armas psicológicas, que podem ser utilizadas por poderes difusos.

O presente trabalho foi desenvolvido de acordo com a Metodologia de Investigação Científica, seguindo o método hipotético – dedutivo proposto por Quivy & Campenhoudt (2008), metodologia adotada pelo Instituto de Estudos Superiores Militares (IESM). Relativamente à referenciação, recorreremos à utilização da ferramenta de referenciação incorporada no *Microsoft Word* 2010, estilo *Harvard-Angila*. (IESM, 2011, p.16)

O trabalho encontra-se organizado em cinco partes. Na Introdução, apresentámos o tema, a problemática e o contexto da investigação, caracterizámos o objeto de estudo, procedemos à sua delimitação e formulámos as hipóteses. No capítulo I abordaremos a questão do terrorismo, apresentando o conceito que será utilizado e, seguidamente, apresentamos um enquadramento histórico-científico da evolução do terrorismo no mundo, nas últimas décadas. No capítulo II desenvolveremos o tema dos *media*, primeiro com os MT, focando a sua natureza e função para, seguidamente, desenvolvermos o modo como se processou a sua metamorfose. Finalmente passaremos a descrever os MS, começando por abordar a plataforma *Internet*, para depois compreendermos as potencialidades, limitações e riscos dos MS. No capítulo III iremos explicitar como se efetua a instrumentalização dos



media. Primeiro, analisando quais as características dos MT que os tornam atrativos à exploração por parte de organizações terroristas. Seguidamente, verificaremos o que motiva os *media* a darem cobertura mediática às ações. No capítulo IV verificaremos como as organizações terroristas e movimentos sociais utilizam a *Internet*, mais propriamente os MS. No final apresentaremos as Conclusões e, procuramos dar resposta à QC, apresentando as recomendações que consideramos pertinentes.



1. Terrorismo

*“If inciting people to do that [9/11] is terrorism,
and if killing those who kill our sons is terrorism,
then let history be witness that we are terrorists.”*

Osama bin Laden

A palavra “terrorismo” começou a ser empregue durante a Revolução Francesa, para designar a ditadura jacobina⁶ entre março de 1793 e julho de 1794. Este termo classificava, curiosamente, não a forma de luta de uma minoria contra um Estado, mas sim um terrorismo de Estado, o regime de terror do Estado Revolucionário. Na época, a expressão não tinha conotação negativa, pois simbolizava o esforço de diversas facções de revolucionários, implementado para consolidar a Constituição e o poder do novo Governo Revolucionário. O regime do terror foi utilizado como um meio para restabelecer a ordem, num período de anarquia que se seguiu à revolução de 1789. O terror foi considerado como um instrumento legal de governação (Faria, 2008).

O terrorismo da atualidade é bem diferente, e tem vindo a mudar ao longo dos últimos dois séculos. Estas mudanças são uma das razões para a dificuldade, senão mesmo impossibilidade, de encontrar uma definição consensual de terrorismo. *“The more definitions there are, however, the clearer it is that an agreement on a single, universal, and stable definition of terrorism is unlikely”* (TTSRL, 2008a, p.120). As outras razões, que dão voz à afirmação anterior, são: as divergentes noções políticas, legais, científicas e populares do conceito; a sua deslegitimação e criminalização; e a existência de inúmeros tipos, com diferentes formas e manifestações. Assim, compreende-se a questão colocada por Boaz Ganor⁷ (1998): *“Is One Man’s Terrorist Another Man’s Freedom Fighter?”*.

Existem centenas de definições de terrorismo, cada País e organização internacional adotou a sua e, às anteriores podem ainda ser adicionadas todas as definições elaboradas por académicos. Para constar do presente trabalho, decidimos avançar com a definição de Bruce Hoffman⁸ (2006, pp.40-41):

⁶ Teve início com a nomeação do jacobino Maximilien de Robespierre para líder do Comitê de Salvação Pública. Milhares de pessoas foram detidas, julgadas sumariamente e guilhotinadas. Os direitos individuais foram suspensos e, realizavam-se, diariamente, execuções públicas, em massa.

⁷ Vice-Reitor da *Lauder School of Government*, fundador e Diretor Executivo do *International Institute for Counter-Terrorism*, chefe do Programa de Estudos de Contra-terrorismo e Segurança Interna no *Interdisciplinary Center*, em Herzliya, Israel. É fundador e Presidente da *International Academic Counter-Terrorism Community*.

⁸ Estuda o terrorismo há mais de 30 anos e desenvolveu a sua definição de terrorismo com base na análise de definições de outros conceituados académicos. Atualmente é Diretor do Centro para Estudos sobre Paz e



“(...) the deliberate creation and exploitation of fear through violence or the threat of violence in the pursuit of political change. All terrorist acts involve violence or the threat of violence. Terrorism is specifically designed to have far-reaching psychological effects beyond the immediate victim(s) or object of the terrorist attack. It is meant to instill fear within, and whereby intimidate, a wider “target audience” that might include a rival ethnic or religious group, an entire country, a national government or political party, or public opinion in general. Terrorism is designed to create power where there is none or to consolidate power where there is very little. Through the publicity generated by their violence, terrorists seek to obtain the leverage, influence, and power they otherwise lack to effect political change on either the local or an international scale”.

A definição anterior, segundo vários autores, peca pela falta de delimitação do seu perpetrador e assim sendo, recorreremos à parte específica da definição de Alex Schmid⁹ e Albert Jongman¹⁰, de 2005, onde definem que o terrorismo é empregue por “(semi-) clandestine individual, group, or state actors” (TTSRL, 2008a, p.17). Como dissemos anteriormente, o terrorismo não é recente, porém, tem sofrido alterações significativas ao longo dos séculos, especialmente nas últimas décadas, apesar dos Estados ao longo da história, e por todo o mundo, sempre afirmarem que o terrorismo, como instrumento de mudança política, era ineficaz. A Argélia, o Chipre e Israel são exemplos de que tal não é totalmente verdade, apesar da independência destes países não se dever apenas ao terrorismo, este deu um significativo contributo para que tal fosse uma realidade. As vitórias políticas e sucessos táticos obtidos pela violência demonstram claramente que o terrorismo resulta. As campanhas de terrorismo anticolonial são um marco fundamental, para percebermos a evolução e o desenvolvimento do contemporâneo e mesmo do moderno terrorismo. Foram esses movimentos os primeiros a reconhecer o valor da propaganda e a vantagem de coreografar a violência para alimentar audiências, muito para além das audiências regionais, dirigindo as suas mensagens para os centros de poder internacionais, procurando influenciá-los. Com eles criam-se as fundações para a transformação do terrorismo, na década de 60, quando um fenómeno, inicialmente localizado, se transformou num problema de segurança global.

Segurança, Diretor do Programa de Estudos de Segurança e professor titular da Universidade de Georgetown. Anteriormente ocupou diversos cargos de direção da *RAND Corporation*.

⁹ Académico britânico, da área da Ciência Política. Professor de Relações Internacionais e Diretor do Centro para o Estudo do Terrorismo e Violência Política da Universidade de St. Andrews.

¹⁰ Formado em sociologia Universidade de Groningen, foi assistente de pesquisa no *Stockholm International Peace Research Institute*, na Suécia e pesquisador do *Polemological Institute* da Universidade de Groningen. Atualmente é analista de terrorismo para o Ministério da Defesa holandês.



O advento do terrorismo internacional dá-se a 22 de julho de 1968, com o desvio do avião comercial da *El Al*¹¹, por terroristas palestinos¹². Esta ação revelou-se diferente dos muitos desvios de aviões que a antecederam. Primeiro, porque o objetivo não era apenas levar os terroristas para um destino desejado, mas sim uma ousada afirmação política, a troca dos reféns por terroristas palestinos presos em Israel. Segundo, porque a escolha do avião não foi aleatória, foi deliberadamente escolhido por ser um símbolo do Estado israelita. Terceiro, porque o plano elaborado visou impedir o governo de os ignorar ou rejeitar as suas exigências, pois tal seria catastrófico, conduziria à morte de todos os passageiros o que era inaceitável, “obrigando” mesmo o governo israelita a comunicar diretamente com eles, e logo com a sua organização, apesar de ter anunciado que jamais o faria. Assim, aperceberam-se que, conjugando o dramatismo de uma afirmação política, escolha de um alvo simbólico e a formação de uma crise, criavam um imenso acontecimento mediático, especialmente onde estivessem civis envolvidos (Faria, 2008).

Com este incidente, a natureza e caráter do terrorismo mudou, pela primeira vez, os terroristas começaram a efetuar, com regularidade, ataques de país em país, visando civis, sem relação com a sua causa, apenas para chamar a atenção, chocar o mundo e espalhar o terror. Estas alterações de conduta tática foram possíveis face aos desenvolvimentos tecnológicos, quer associados à facilidade de deslocamento, quer relacionados com a qualidade das imagens televisivas e velocidade com que chegavam às audiências espalhadas pelo globo. Se o desvio do avião comercial israelita foi o marco de viragem para o terrorismo internacional, o assassinio dos onze elementos da comitiva olímpica israelita¹³, fez com que uma causa desconhecida fosse catapultada para as luzes da ribalta, tornando-se mundialmente conhecida. As exigências efetuadas não foram satisfeitas e todos os terroristas foram abatidos ou capturados, i.e. a ação foi um fracasso, mas ao ser suficientemente dramática para captar a atenção dos *media*, transformou-se num sucesso para a organização terrorista, pois teve exposição mundial de relevo (Hoffman, 2006).

O modelo palestino passou a ser um exemplo a seguir pelos movimentos congêneres, muitas organizações, principalmente, para as de cariz étnico – nacionalista foram criadas com base nesse modelo, sem nunca terem conseguido o mesmo sucesso. E assim, foram paulatinamente desaparecendo, sendo exemplos, o Exército Secreto para a Libertação da Arménia, o movimento separatista das Molucas do Sul e o Partido dos

¹¹ Companhia aérea nacional israelita.

¹² Três terroristas palestinos pertencentes à Frente Popular para a Libertação da Palestina, um dos seis grupos que formavam a Organização para a Libertação da Palestina.

¹³ Jogos Olímpicos de Munique em 1972.



Trabalhadores do Curdistão (PKK). Os palestinianos foram mentores da ascensão dos movimentos de extrema-esquerda, como a Fação do Exército Vermelho (RAF). Os seus líderes e operacionais foram treinados pelos palestinianos, existindo pela primeira vez cooperação entre organizações terroristas, tendo mesmo chegado a conduzir ações em conjunto. Mas, apesar desse apoio, a RAF não obteve significativo sucesso e desapareceu, tal como havia acontecido com as outras organizações. A Organização para a Libertação da Palestina (OLP), como organização terrorista é um caso único, foi a primeira organização terrorista internacional, a primeira a perseguir ativamente a acumulação de capital e riqueza e demonstrou sempre uma resistência e uma capacidade de sobrevivência notáveis (Faria, 2008).

A evolução do terrorismo não se ficou por aqui, surgiu uma nova ameaça, o terrorismo religioso, o terrorismo associado, à religião já existia, são disso exemplo a Frente de Libertação Nacional da Argélia, o Exército Republicano Irlandês (IRA) e claro a OLP. Porém, para todas estas organizações apesar do elemento religioso estar presente, a motivação política era o fator incontestavelmente dominante. A partir dos anos 80, começaram a surgir inúmeras organizações terroristas em que, o fator religioso se tornou primordial, sobrepondo-se a qualquer outro. Existem inúmeros exemplos de diversas religiões e cultos, desde logo o Movimento Patriótico Cristão Americano, os japoneses seguidores de *Aum Shinrikyo*¹⁴, extremistas judeus, organizações islâmicas como o *Hamas*¹⁵ ou a *Jihad* Islâmica da Palestina. Mas, o movimento que mais se notabilizou, por adotar a religião como seu fator primordial e ter adotado e desenvolvido o modelo de terrorismo internacional da OLP, foi a *al-Qa'ida*¹⁶. Esta organização na pessoa do seu líder Osama bin Laden, fez sempre questão de vincar a sua natureza religiosa e o desejo de destruir os seus inimigos, i.e. os EUA, quem lá vivia e os seus aliados, esse objetivo manter-se-ia até haver segurança real na Palestina e todos os exércitos de “infiéis” tivessem abandonado as terras de Maomé (Clark, 2004, p.131).

À medida que as organizações terroristas de cariz religioso iam aumentando, o número das de cariz étnico-nacionalista ou separatista diminuía. Este facto explica-se em parte com o fim da guerra fria, com o declínio do comunismo a motivação política deixou de fazer sentido e as organizações terroristas começaram a utilizar a religião como

¹⁴ Em português, Ensinamento da Verdade Suprema, é um grupo religioso fundado por Shoko Asahara. O grupo ganhou notoriedade internacional em 1995, quando vários dos seus seguidores utilizaram gás *Sarin* no metro de Tóquio.

¹⁵ Organização palestina (sunita) possui uma organização filantrópica, um partido político e um braço armado. É o mais importante movimento fundamentalista islâmico palestino.

¹⁶ Organização fundamentalista islâmica internacional, constituída por células colaborativas e independentes.



elemento congregador. Em 1994, eram um terço, passados dez anos eram já metade das organizações internacionais ativas. Para além do número deste tipo de organizações aumentar, as ações mais violentas foram também executadas por elas, tendendo para serem mais letais do que as levadas a cabo por organizações sem cariz religioso. Este desiderato deve-se, em grande medida, ao facto de estas serem mais discriminatórias na seleção dos seus alvos.

A justificação dessa letalidade superior prende-se com o sistema de valores, mecanismos de legitimação e justificação, conceitos de moralidade e pontos de vista radicalmente diferentes, entre um tipo de terrorismo e o outro. Para o terrorismo religioso a violência é um ato sagrado ou um dever divino em resposta direta a uma exigência ou imperativo teológico. Assim, o terrorismo atinge uma dimensão transcendental, levando os seus atores a libertarem-se de amarras meramente práticas, políticas ou morais, que outros terroristas poderão ter. Geralmente, procuram a eliminação de uma ampla categoria de inimigos, todos os que não sejam da sua religião ou seita, apelidando-os de “infieis”, “cães”, ou “filhos de Satanás” e, nesse sentido, consideram a violência em larga escala, não só moralmente justificável mas, absolutamente necessária para atingirem os seus objetivos. Daí a importância da validação religiosa dos seus atos, através dos seus líderes religiosos. O total reforço desta abrangência, definida a nível divino, dá-se com a afirmação de Osama, na sua segunda *fatwa*¹⁷, de que o objetivo é a restauração do idealizado califado pan-islâmico.

A letalidade, como verificamos é fundamental para o terrorismo religioso, muito apreciada pela esmagadora maioria das organizações dessa natureza, razão pela qual utilizam uma das táticas mais chocantes e letais, como preferencial, o terrorismo suicida. Esta forma de atuação despertou a atenção das organizações terroristas por ser extremamente eficaz, letalmente eficiente, possuir uma elevada probabilidade de sucesso, ser relativamente barata e mais simples de executar do que outros tipos de ataques. A decisão de utilização deste tipo de tática não é nem irracional, nem desesperada, como geralmente se afirma, mas sim inteiramente racional, planeada e conscientemente considerada um instrumento para atingir determinado fim. A própria cobertura mediática do terrorismo suicida é considerada irresistível, por ser um ato selvagem e sangrento, este tipo de ações é uma poderosa arma psicológica. No 11 de setembro, todas as características do terrorismo suicida foram evidentes:

¹⁷ Pronunciamento legal, no Islão, emitido por um especialista em lei religiosa, sobre um assunto específico.



- O sucesso da operação esteve sempre dependente do desejo dos 19 terroristas em serem mártires;
- O plano era uma manobra de decepção, pensado para transformar o avião comercial num “missil humano”;
- Os ataques desse dia foram extremamente baratos;
- A ação superou, em termos de letalidade e destruição, as melhores expectativas da organização;
- Os ataques tiveram um inquestionável impacto psicológico nos americanos e comunidade internacional;
- Não era necessário nenhum plano de fuga (Hoffman, 2006).

É facilmente compreensível a atração que o terrorismo suicida provoca nas organizações de cariz religioso radical, e estas utilizam a fé dos seus seguidores para, através dos líderes espirituais, incitar a essa prática, engrossando facilmente as suas fileiras com novos operacionais, dispostos a oferecer as suas vidas em prol da grandiosa causa em que acreditam. Contrariamente ao que se possa pensar e ao que vem plasmado nos *media*, o terrorismo não é nem louco, nem caprichoso. Em vez disso, os ataques terroristas são geralmente premeditados e cuidadosamente planeados. O ato terrorista é projetado especificamente para divulgar uma mensagem. Mas, igualmente importante, o ato terrorista é concebido e executado para que, simultaneamente, reflita os objetivos específicos e as motivações da organização, os seus recursos e capacidades, e tenha em conta o público-alvo a quem é dirigido. As táticas e alvos de várias organizações terroristas, bem como as armas que escolhem são, portanto, inevitavelmente moldadas pela ideologia da organização, pela sua dinâmica organizacional interna, e pelas personalidades dos seus líderes, bem como uma variedade de estímulos internos e externos.

Todas as organizações terroristas procuram alvos que sejam remuneradores, ou seja, que reforcem o seu ponto de vista, utilizando táticas que estejam em consonância com os seus objetivos. Assim, das tipologias analisadas, podemos verificar que as de extrema-esquerda utilizam, mais frequentemente, o rapto e o assassinio de entidades diretamente ligadas às causas que defendem, enquanto as de cariz religioso, possuem uma panóplia de ações mais variada e letal por visarem um leque muito mais alargado de alvos. Já as organizações de cariz étnico-nacionalista ou separatista, situam-se entre as duas anteriores, utilizam ações semelhantes às utilizadas pelas organizações de cariz religioso embora, sejam mais seletivas na escolha dos seus alvos.



O terrorismo é o ponto onde a política e a violência se cruzam, na esperança de alcançar o poder. Todo o tipo de terrorismo gira em torno do poder e da obtenção do mesmo: o poder de dominar e coagir, de intimidar e controlar e, em última instância, para efetuar a mudança política. Violência (ou ameaça de violência) é a condição *sine qua non* dos terroristas, que estão inabalavelmente convencidos, que somente através da sua aplicação, poderão alcançar o triunfo e os seus objetivos políticos de longo prazo. Neste sentido, as organizações terroristas planeiam as suas operações por forma a chocar, impressionar e intimidar, assegurando que os seus atos são suficientemente ousados e violentos para captar a atenção dos *media* e, por sua vez, dos públicos e, em particular, dos governos. Muitas vezes erradamente visto como indiscriminado ou insensato, o terrorismo tem expressão através da aplicação deliberada e planeada da violência. Pode ser representado como um encadeamento de cinco processos individuais, concebidos para alcançar, sequencialmente, os seguintes objetivos principais:

- Atenção: Através dos dramáticos atos de violência, os terroristas procuram centrar em si mesmos as atenções e nas suas causas, através da publicidade que recebem, na maioria das vezes, a partir da cobertura mediática;
- Conhecimento: Atraída a atenção os terroristas procuram traduzir a sua recente notoriedade em compreensão e, talvez até mesmo, simpatia pela sua causa;
- Reconhecimento: Tentativa de capitalizar o interesse e conhecimento que os seus atos violentos geraram para garantir o reconhecimento dos seus direitos (i.e., a aceitação da sua causa como justa) e da sua organização, como sendo o porta-voz dos seus simpatizantes, ou em alguns casos, daqueles que realmente, representam;
- Autoridade: Possuindo o reconhecimento, procuram obter a autoridade para realizar as mudanças, que estão no cerne da luta da sua organização, no governo e/ou sociedade visadas;
- Governação: Tendo adquirido autoridade, os terroristas procuram consolidar o seu controlo sobre o Estado, a terra natal e/ou o seu povo (Hoffman, 2006).

Enquanto alguns movimentos terroristas têm tido sucesso na realização dos três primeiros objetivos, o mesmo já não se pode dizer dos dois últimos pois, raramente, nos tempos modernos, têm sido atingidos. No entanto, todas as organizações terroristas alimentam a esperança de atingir esse fim último. Para elas, é o futuro e não o presente, que definem a sua realidade.



2. *Media*

Tendo em conta a história do Homem e das civilizações, os *media* são atores relativamente recentes. A industrialização da imprensa data de finais do séc. XVIII, início do séc. XIX. As emissões da rádio iniciaram-se no séc. XX, atingindo o seu apogeu na década de 30. A televisão aparece entre as décadas de 20 e 30, vulgarizando-se após a II Guerra Mundial, tendo ficado conhecida como a “caixa” que mudou o mundo. A *Internet* começa a ser difundida publicamente na década de 90, havendo quem considere que foi a tecnologia que finalmente veio colocar em causa a importância da televisão.

Segundo Claude-Jean Bertrand¹⁸ (2003, p.25), “Um meio de comunicação é uma empresa industrial que, através de meios técnicos específicos, difunde, em simultâneo ou quase, uma mesma mensagem a um conjunto de indivíduos dispersos”. Desde o surgimento dos primeiros Meios de Comunicação Social¹⁹: Imprensa, Rádio e Televisão (conhecidos como MT), que se iniciou a procura de resposta para os eventuais efeitos destes na sociedade e do papel que desempenham enquanto transmissores de conhecimento e *opinion makers*. Nos dias de hoje, o aparecimento dos novos *media*²⁰, incrementou exponencialmente o poder de chegarem a um maior número de pessoas.

Vivemos com os *media* em casa, no caminho para o trabalho, no trabalho, no regresso à nossa casa e no lazer. A comunicação e a divulgação da informação através dos *media*, seja entre indivíduos, grupos, instituições ou nações, tornou-se verdadeiramente essencial na sociedade moderna. Bertrand (2003, p.35) partilha desta visão integrada, quase como se de um ecossistema se tratasse: “Os *media* fazem parte do complexo sistema social dos países modernos e dos seus numerosos subsistemas. O conjunto funciona como um vasto organismo vivo. Cada elemento depende dos outros”. Existe uma interdependência entre *media* e sociedade, o que nos permite pensar em meios de comunicação social.

¹⁸ Foi professor jubilado da Universidade de Paris II.

¹⁹ Os Meios de Comunicação Social, *mass media* ou simplesmente *media* são os meios que permitem a difusão de uma mesma mensagem a uma audiência vasta e heterogénea. A Comunicação Social surgiu em contraponto à ideia de comunicação de massas que significa o mesmo, mas não tendo a carga da existência de uma massa amorfa e passiva que tudo aceitava passivamente (Metáfora da Agulha Hipodérmica).

²⁰ “Os novos *media* não são apenas novos pelas suas características tecnológicas, mas a novidade também lhes advém da mudança que induzem ou catalisam através da sua difusão e utilização. Os novos *media* podem assim ser apelidados pois são *media* por serem mediadores da comunicação e introduzem novidade porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam sobre uma mesma plataforma tecnológica, dimensões de comunicação interpessoal e *mass media*, porque são indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão de tempo, porque procuram novas audiências e ferramentas de reconstrução social” (Cardoso, 2003, cit. por Martins & Nunes, s.d., p. 144).



a. Natureza, função e transformação dos Media

Vivemos diariamente com os *media*, mas será que a percepção que temos deles é a mais correta? O que são afinal os *media*? Identificando qual a sua real natureza, Bertrand (2003, p.35) atribui aos *media* uma tripla natureza “Ao mesmo tempo indústria, serviço público e instituição política, comportam uma grande ambiguidade: daí emerge a maior parte dos problemas”.

- Indústria, por possuírem estruturas de cariz industrial, na sua essência capitalista, i.e. com o objetivo de obtenção do lucro, o que em parte justifica serem hoje controlados por grandes grupos económicos;
- Serviço público, em virtude da necessidade de prestar contas ao público, a razão da sua existência, a prestação de um serviço de qualidade, independentemente de pertencerem a um Estado ou a um grupo privado;
- Instituição política, pela pressão e poder que o seu trabalho pode exercer sobre as várias autoridades e vice-versa, sendo os seus códigos éticos e deontológicos, o garante das suas responsabilidades.

Como tipologia de funções dos *media*, o mesmo autor identifica seis:

- Observar o ambiente – o seu papel é obter a informação, filtrá-la, interpretá-la e fazê-la circular; mantendo sobre vigilância os poderes políticos instituídos (executivo, legislativo e judicial);
- Garantir a comunicação social – promover o debate democrático, essencial para se alcançarem compromissos e consensos mínimos, sem os quais não haveria coesão nem estabilidade social;
- Proporcionar uma imagem do mundo – o conhecimento que adquirimos sobre o mundo vem da nossa experiência pessoal, do que nos ensinam nas escolas, das conversações interpessoais, mas, sobretudo através dos *media*;
- Transmitir cultura – transmissão do legado cultural, que compreende a visão do passado, do presente e do futuro, tradições e valores; no Ocidente, esta transmissão ocorre na escola, durante um período da vida dos indivíduos, depois nos *media*, pela vida fora, face à falência das instituições religiosas e da família;
- Contribuir para a felicidade (entreter) – a sociedade atual necessita de entretenimento, como escape para aliviar as pressões da vida moderna e



os *media* assumem esta função combinando-a na perfeição com todas as outras existentes;

- Vender – os *media* são os principais veículos da publicidade, seduzem o público, para que este veja os anúncios e assim consuma os produtos anunciados; há quem veja a publicidade como uma forma de informar e outros como uma forma de manipular (Bertrand, 2003, pp.24-25).

Seguidamente, vamos verificar que as transformações por que têm passado os *media*, têm feito com que, a última das suas funções, tenha ganho uma preponderância significativa e determinante. A industrialização da imprensa e o aumento dos públicos, iniciada na segunda metade do séc. XIX, tiveram igualmente fortes consequências nos *media*, substituindo a sua característica mediadora por uma mais *mediática*. Este facto levou a uma maior diferenciação entre liberdade de expressão e liberdade de imprensa, muitas vezes utilizadas como conceitos complementares ou mesmo como sinónimos. Contudo, com o reconhecimento legal da liberdade de expressão, a imprensa tornou-se cada vez mais comercial. A industrialização da imprensa, a mercantilização dos conteúdos, a profissionalização do jornalismo e a massificação dos públicos vêm pôr em causa a íntima relação, até aqui existente, entre a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa. A imprensa passou a centrar a sua razão de ser nas questões da rentabilidade e do lucro como objetivos últimos (Camponez, 2009, pp.306-307).

A estrutura dos *media* no séc. XX ficou marcada pelas grandes transformações ocorridas ao nível da concentração da propriedade e da edificação de grandes conglomerados de *media* transnacionais. Na sua génese estão os processos de convergência, o despertar nos *media* de interesses industriais e financeiros, bem como a proximidade crescente entre as corporações de *media* e os próprios interesses políticos. O poder obtido pelas empresas de *media* nos planos económico e político, vem questionar a sua função de vigilância das instituições públicas (*watch dog*), fazendo com que, o chamado quarto poder, deixe de ser visto como um árbitro ou um juiz de última instância, inteiramente neutral, mas apenas como mais um poder que tem de ser controlado (Camponez, 2009, p.306).

O ajustamento dos *media* a um modelo de empresa comercial, assumindo a racionalidade económica como critério prioritário da sua atividade, levou a uma competição ilimitada e sem quartel pelas audiências e a uma atenção maior às questões de forma, do que às de conteúdo. A concorrência conduziu à concentração



empresarial, a investimentos crescentes de capital, à expansão das tiragens e à redução de títulos de grande informação (Esteves, 2003, p.154).

Para além das transformações já apresentadas, os Estados adotaram posições mais abertas aos princípios liberais e à economia de mercado, aceitando a gestão privada como modelo de regulação alternativo da comunicação e da informação. Na Europa, as alterações ficaram marcadas pela abertura do setor audiovisual à exploração de empresas privadas em coexistência com as empresas públicas e pela suavização dos limites de participação de capitais estrangeiros nos *media* nacionais (Bonnell, 2006, cit. por Camponez, 2009). Generalizou-se a importância da publicidade no financiamento do audiovisual, bem como as considerações de tipo económico e financeiro na gestão das indústrias de cariz cultural (Camponez, 2009, p.350). Nos EUA, a gestão privada já era norma mas, várias decisões políticas vieram desregular o setor das telecomunicações, das quais o *Telecommunications Act*²¹ que se constituiu como o seu marco mais importante, ao instituir o princípio de “todos contra todos num sistema livre de mercado” (Segovia, cit. por Camponez, 2009).

Tal sistema, juntamente com os próprios avanços tecnológicos, conduziu à concentração e à predominância de aspetos como a concorrência, a gestão, a rentabilidade e o *marketing* na implementação das estratégias das empresas de *media*. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), à medida que se inseriram nas atividades sociais, foram simultaneamente a origem e o vetor de uma industrialização da informação e da cultura (Miège cit. por, Camponez, 2009, pp.358-359). Para tal, contribuíram de forma decisiva, a extensão das redes de comunicação, permitindo a disseminação de conteúdos de forma diferenciada e global e a digitalização, tornando mais flexíveis os processos de integração dos diferentes *media*, impulsionando a utilização de suportes digitais (Camponez, 2009, p.359). As novas tecnologias, tal como as regras de mercado, têm importantes repercussões no processo de produção de conteúdos:

- Um dos aspetos condicionadores do mercado dos *media* informativos tem a ver com o facto de estarmos perante um produto fortemente perecível, exigindo uma renovação cíclica e constante dos investimentos na criação

²¹ Lei assinada pelo presidente Bill Clinton, em 1996, foi a primeira grande revisão da lei das telecomunicações dos EUA, foi a primeira pedra para o futuro das telecomunicações, incluindo pela primeira vez a *Internet*. Um dos pontos mais criticados é o título 3 (Serviços de cabo), permitiu que os diferentes *media* pertencessem à mesma pessoa ou organização, o objetivo foi criar um mercado de comunicações livre.



de novos conteúdos. Ainda que a informação possa ser reutilizada, perde a atualidade. Assim, normalmente, exige-se dos *media* generalistas uma renovação e atualização, à medida que os blocos noticiosos se sucedem.

- Outro aspeto extremamente condicionador da produção de conteúdos informativos, tem a ver com o facto de, em termos produtivos, as empresas de *media*²² responderem ao padrão da indústria de protótipos, i.e. o custo maior está na produção do primeiro exemplar, pois os subsequentes tornam-se significativamente mais baratos. Nos *media*, a grande concentração de custos está na fase de produção, distribuição e difusão, daí a necessidade de uma economia de escala.
- Os conteúdos informativos procuram financiar-se, parcial ou totalmente, no mercado publicitário. Funcionam como fonte de audiências, através de mecanismos de fidelização capazes de garantir os fluxos publicitários, para preservarem o equilíbrio da gestão e gerar lucros.
- A existência de dois mercados para o mesmo produto é outro aspeto pertinente. As empresas de *media* têm como mercado consumidor, as audiências mas, recebem os seus lucros da publicidade, publicidade essa que só se mantém se as audiências forem grandes, i.e. se for rentável publicitar (Camponez, 2009, pp.360-362).

“Inscritos numa lógica essencialmente comercial, os *media* e o jornalismo ganharam alguma autonomia perante as instâncias políticas, ao aderirem a uma lógica comercial, mas, em simultâneo, a informação e o jornalismo foram-se transformando num género minoritário, cercado e contagiado pela restante produção mediática” (Mesquita, cit. por Camponez, 2009, p.380). Corroborando esta opinião, Philip Meyer²³, refere que face à abundante oferta de informação, a importância de apurar e transmitir a verdade é relegada para segundo plano, com a finalidade de a transformarem num produto que mantenha a atenção do consumidor. Os aspetos da edição da notícia adquirem importância superior à da própria reportagem. Hoje, os jornalistas são colocados no centro desta corrida, sendo chamados a intervir em todo o processo, passam a ser eles, em última instância, a decidir quem entrevistar, que fontes contactar, que expressão dar a cada

²² Imprensa escrita.

²³ Professor e ex-titular da *Knight Chair* em Jornalismo da Universidade da Carolina do Norte.



um dos intervenientes, que importância dar aos acontecimentos, que enfoque dar à notícia, que palavras utilizar, entre outras decisões (cit. por Camponez, 2009).

b. Os Media Sociais

“the Internet is a network of networks of one-to-one, one-to-many, many-to-many, and many-to-one local, national, and global information and communication technologies with relatively open standards and protocols and with comparatively low barriers to entry”
(Chadwick, 2006)

A *Internet*, começou por ser uma forma segura de comunicação do Departamento de Defesa americano, passou por anos de utilização pela comunidade científica, para finalmente ser aberta à comercialização na década de 80. Em meados dos anos 90 já existiam mais de dezoito mil redes privadas, públicas e nacionais, com os seus números a aumentarem diariamente. Existem, desde o início de 2011, dois biliões de utilizadores em todo o mundo, segundo Hamadoun Toure²⁴ (cit. por iP News, 2011).

A *Internet* é o novo *media* para onde parecem confluír os restantes. Tem sido considerada um integrador de culturas, um meio para negociantes, consumidores e governos comunicarem entre si. Apresenta inúmeras oportunidades, onde a “aldeia global”²⁵ pode coexistir, permitindo a troca de ideias, estimulando e mantendo viva a democracia pelo mundo. Tal foi em parte ensombrado pelo vício na utilização, o isolamento social, a insegurança de dados, aumento de desigualdades (os que não têm acesso, os incapazes de gerir a informação e os que seleccionam e tratam a informação produzindo assim conhecimento), entre outros, mas mais do que isso, trouxe outros problemas como a proliferação de violência e pornografia, e a utilização, por organizações, que deturparam o espírito inicial com que fora criada, sendo disso exemplo os fenómenos do ciberterrorismo²⁶ e da

²⁴ Secretário-geral da União Internacional de Telecomunicações (agência da Organização das Nações Unidas para assuntos relativos às TIC).

²⁵ Expressão criada por Marshall McLuhan, filósofo canadiano, significa que, fruto do progresso tecnológico, todo o planeta ficou reduzido à escala de uma aldeia, i.e., tornou-se possível interagir diretamente com qualquer pessoa do mundo onde quer que ela esteja.

²⁶ Expressão utilizada para descrever os ataques terroristas executados pela *Internet*, com o objetivo de causar danos a sistemas ou equipamentos.



cibercriminalidade²⁷. A *Internet* é de certa forma uma área ideal para o terrorismo, porque oferece:

- Acesso fácil;
- Presença na WEB²⁸ sem custos de desenvolvimento e manutenção;
- Permite a ligação com uma vasta e diferenciada audiência (global);
- Anonimidade das comunicações;
- Fluxo de informação rápido;
- Pouca ou nenhuma regulação, censura ou outras formas de controlo governamental;
- Condições para conseguir cobertura nos MT, visto que estes recorrerem cada vez mais à *Internet* como fonte de notícia;
- Ambiente multimédia²⁹ (Weimann, 2004, pp.2-3).

Mas apesar desta utilização nefasta e dos seus inconvenientes, a *Internet* não deixa de ser um formidável instrumento de comunicação e mudança pois, fruto da sua evolução, oferece informação, comunicação, entretenimento e espaço comercial. A vertente comunicacional esteve sempre presente. Contudo, foi com a adoção da denominada WEB 2.0³⁰ que a comunicação ganhou predominância, tornando-se o fator de maior motivação para a utilização da *Internet*. Permitiu o surgimento de um novo *media*, os MS, desenhados para serem disseminados através da interação social, utilizando técnicas de publicação altamente acessíveis, apoiando a necessidades do Homem interagir em sociedade. O ser humano é por natureza um ser eminentemente social e gosta de se afirmar perante os seus semelhantes, logo os MS vieram dar resposta a esse desejo, permitindo transformar a transmissão de monólogos (um para muitos) em diálogos sociais (muitos para muitos) (Cardoso & Lamy, 2011, p.74).

Podemos então dizer que os MS são distintos dos MT por serem relativamente baratos e acessíveis, permitindo que qualquer indivíduo publique ou acesse à informação. Em contrapartida os MT necessitam de recursos significativos

²⁷ Atividade criminosa utilizando um computador ou uma rede de computadores como uma ferramenta.

²⁸ “a WEB [World Wide Web] e que muitos julgam ser o sinónimo da Internet. Tecnicamente falando, a WEB é a parte da Internet que utiliza o *Hypertext Transfer Protocol* (http), normalmente designado por hipertexto e que constitui a parte mais extensa da Internet” (Martins & Nunes, s.d., p.138).

²⁹ Possibilidade de integração de texto, gráficos, áudio e vídeo e dos utilizadores efetuarem *download* de filmes, músicas, livros, *posters* entre outras aplicações.

³⁰ É a extensão natural da WEB, proporciona um conjunto de tecnologias centradas na interação social e nas comunidades de utilizadores como base do seu funcionamento (Gouveia, 2009).



para a sua publicação e distribuição. Em termos comparativos de características temos:

- Alcance – os dois favorecem a escala, permitindo alcançar a audiência global;
- Acessibilidade – os MS estão disponíveis para serem utilizados por qualquer um e a baixo custo;
- Facilidade de utilização – os MS não necessitam de conhecimento especializado ou técnico para a sua utilização na produção de informação, ao contrário dos MT;
- Atualidade – o tempo de produção de informação dos MS pode ser instantâneo, enquanto o dos MT é sempre superior, daí estes usarem cada vez mais os MS como complemento;
- Permanência – a informação após produzida e difundida nos MT, não pode ser alterada, enquanto os MS, permitem a possibilidade de o fazer instantaneamente (comentários ou edição) (Gupta, 2011, pp.2-3).

Para além destas características os MS possuem ainda diversas formas e aplicações, expressas no Anexo A. No nosso trabalho iremos desenvolver apenas uma delas, aquela que é dedicada à Comunicação, ou seja, a espaços sociais com suporte na *Internet*, concebidos para facilitar a comunicação, colaboração e partilha de conteúdos, através de redes de contactos. O número de visitantes, de *sites* de comunicação, está a aumentar, tal como o número de novos serviços. As formas como nos ligamos aos serviços de MS estão a expandir-se. MS, com base em jogos ou em telemóveis, que interagem com as atuais plataformas da *Internet*, estão a desenvolver-se rapidamente. Apesar do incessante aparecimento de novas formas de comunicação em rede, existem duas formas dominantes: a autocomunicação de massa (e.g. *Twitter*) e a comunicação mediada de um para muitos (e.g. *Facebook*) (Cardoso & Lamy, 2011, p.76).

De facto, com a convergência dos *media*, é possível a utilização do telemóvel para o envio de mensagens multimédia, possibilitando a difusão de conteúdos a partir de qualquer local, aumentando a globalização e a circulação quase instantânea de qualquer acontecimento. A juntar a esta possibilidade temos a de comunicar praticamente sem deixar rasto ou ser detetado, além de se tornar difícil a manipulação ou censura da informação. Os MS apresentam-se assim, como



ferramentas úteis para grupos social, económica ou politicamente excluídos, dando voz às minorias ou possibilitando a obtenção de meios e a formação de redes que partilhem os seus objetivos. Possuem características extremamente apelativas aos movimentos sociais: facilitam a união de pessoas com opiniões similares; aumentam o número de adesões a movimentos sociais; possibilitam a divulgação célere de informações, opiniões, ideias e ideais; estimulam a interatividade entre os utilizadores; descentralizam o poder da liderança; permitem a diversidade de opinião; e permitem um espaço de debate contínuo (Cardoso & Lamy, 2011, pp.80-82).

Perante este estado da arte, alguns autores veem nos novos *media* em geral, e nas redes sociais *online* em particular, uma forma não apenas de atingir o debate (interação) não conseguido nos MT, mas um modo de realização da participação cívica, onde interesses comuns permitem a angariação de opiniões, decisões e intervenções em matérias específicas. Em parte, tal parece encontrar algum eco, como aponta Castells (cit. por Cardoso & Lamy, 2011), “na arena internacional, estão a crescer novos movimentos sociais transfronteiriços na defesa das causas das mulheres, dos direitos humanos, da preservação do ambiente e da Democracia política, fazendo da Internet uma ferramenta essencial para disseminar informação, organizar e mobilizar”.

A televisão e os seus conteúdos continuam a ter primazia, pela facilidade de acesso e por não ser necessária literacia específica para aceder à informação mas, as características já elencadas dos MS levam os dirigentes dos MT a olharem para eles como sendo algo incontornável. O Presidente da CNN³¹, Jon Klein, já reconheceu que está mais preocupado com a WEB 2.0 do que com as cadeias televisivas noticiosas da concorrência, referindo que perde um número significativo de audiência para o *Facebook* (Taylor, 2010).

³¹ *Cable News Network* – Canal de televisão por cabo, norte-americano, fundado em 1980 por Ted Turner, pertencente ao grupo Time Warner. Transmite informação noticiosa 24 horas por dia, sete dias por semana.



3. Instrumentalização dos *Media* Tradicionais

No primeiro capítulo, caracterizámos o terrorismo, percorremos de forma breve a sua evolução nos últimos séculos, identificámos quais os seus objetivos e as diferentes tipologias de ações. No segundo capítulo, analisámos a evolução dos MT e a importância emergente da *Internet* e dos MS. Neste capítulo iremos analisar como se materializa a utilização dos MT por parte das organizações terroristas e quais as razões para o interesse, desses *media*, em notícias violentas.

A instrumentalização dos *media* pelo terrorismo, não reúne o consenso da totalidade dos estudiosos desta matéria, mas é aceite pela esmagadora maioria. Inúmeros autores afirmam, que o terrorismo utiliza os *media* para difundir ao maior número possível de pessoas as suas ações e, conseqüentemente, as suas exigências e/ou convicções. Hoffman defende que os *media* são incapazes de resistir às notícias de terrorismo, enquanto Brian Jenkins³² afirma que, o terrorismo é teatro e que as ações terroristas são coreografadas para atrair os *media*. (TTSRL, 2008b, p.4)

a. Razões para a instrumentalização dos *Media*

“Film everything; this is good advice for all mujahideen. You should be aware that every frame you take is as good as a missile fired at the Crusader enemy and his puppets.”

Revista da Jihad (2007, cit. por Economist, 2007)

Vivemos num mundo mediatizado onde a realidade se confunde com o que é comunicado. Sem a cobertura mediática, o impacto das ações terroristas ficaria confinado às vítimas imediatas da ação. O mesmo será dizer que sem a mediatização, um incidente tornar-se-ia insignificante, seria quase como se não tivesse sequer ocorrido. Ideias como estas partilhadas por estudiosos do terrorismo e dos *media*, traduzem a opinião de que o terrorismo depende dos *media* (Hoffman, 2006, p.174) (Nacos, 2000, p.175).

Ganor (2002, cit. por TTSRL, 2008b, p.5) afirma que as organizações terroristas, não estão necessariamente interessadas em provocar mortes, desde que as ameaças e declarações transmitidas pelos *media*, garantam o pânico desejado nos seus alvos. Os *media* são talhados para os objetivos dos terroristas, existindo

³² Atualmente é Assessor do Presidente da *RAND Corporation*.



inúmeras teorias relacionadas com as características dos *media* que os tornam atraentes para o terrorismo, dessas as mais relevantes são o *agenda setting*³³ e o *framing*³⁴. Partindo destas duas teorias, iremos verificar como podem as características dos *media* ser úteis ao terrorismo.

(1) Ganhar atenção e consciencialização (espalhar o medo)

Ganhar atenção é um dos objetivos primordiais do terrorismo, conceito que está intimamente ligado ao de *agenda setting*. O desejo de qualquer organização terrorista é garantir a transmissão da sua mensagem e conseguir fazer a sua difusão por um período de tempo o mais alargado e contínuo possível, através dos *media* e do seu poder de influência, tornando-se assim bem conhecida pelas audiências-alvo, audiências essas que ficam conscientes da existência dessas organizações, dos seus métodos e dos seus alvos. As organizações terroristas procuram efetuar a sua propaganda e mantê-la na ordem do dia dos *media* que, por sua vez influenciam as agendas políticas internacionais.

O objetivo essencial do terrorismo é criar o terror no seu grupo-alvo, toda a sua tática assenta nesse objetivo, o terror, e está presente em todas as organizações terroristas. Este objetivo está presente nas ações violentas levadas a cabo e da mesma forma, no uso que é dado aos *media*. O objetivo é espalhar o medo e mantê-lo o máximo tempo possível, de forma a conseguir influenciar as audiências e atingir o governo alvo, chegando mesmo ao extremo a própria ameaça ser suficiente para causar o medo e afetar as decisões políticas. “*Only by spreading the terror and outrage to a much larger audience can the terrorists gain the maximum potential leverage that they need to effect fundamental political change*” (Hoffman, 2006, p.174).

Existem inúmeros exemplos que apontam para uma estratégia do terrorismo, delineada para ganhar a atenção e a consciencialização, dos *media*. Brigitte Nacos³⁵ (2007, cit. por TTSRL, 2008b, p.7) aponta como

³³ *Agenda setting* – quanto mais atenção um *media* presta a um fenómeno, mais importância as audiências prestam a esse assunto (Scheufele & Tewksbury, 2007, cit. por TTSRL, 2008b, p.5).

³⁴ *Framing* – a forma como as notícias são apresentadas, tem influência na forma como são interpretadas e compreendidas pelas audiências (Scheufele & Tewksbury, 2007, cit. por TTSRL, 2008b, p.5).

³⁵ Professora Adjunta em Ciência Política na Universidade de Columbia.



exemplo, o ataque de 2005, em Londres, coincidindo com o decorrer da cimeira do G8³⁶, que estava a ter lugar na Escócia, fez com que a ameaça dos terroristas conduzisse à retirada por completo dos líderes do G8 das páginas dos jornais. Desta forma, a cimeira não teve o destaque noticioso que normalmente teria sem a ação terrorista.

Nacos (2000, p.177) e Hoffman (2006, p.179) apontam também o ataque em Munique, em 1972, como um caso de escolha seletiva e criteriosa da data e local, para uma ação, por forma a tirar o máximo proveito da cobertura mediática. Os *media* internacionais estavam focados nos Jogos Olímpicos, quando se dá o rapto dos atletas israelitas. Grande parte da população mundial assistiu, quase em direto, à evolução da situação dos reféns, à tentativa de resgate e o seu assassinato.

Esta estratégia, assente na escolha do momento que garanta mais mediatismo, é cuidadosamente planeada para obter os efeitos desejados, visto que as audiências aumentam à medida que a violência das ações também aumenta. Esse facto poderá levar a uma escalada na violência das ações para conseguirem garantir audiências elevadas, é isso que Nacos (2000, p.175) defende, quando afirma: “*since the most gruesome and deadly incidentes receive the greatest volume of reporting, media critics have charged that terrorists resort to progressively bloodier violence to satisfy the media’s appetite for shocking news*”.

(2) Reconhecimento das motivações

As organizações terroristas para além de quererem ser conhecidas, querem também passar as suas mensagens através dos *media* que são, por excelência, os intermediários desse processo, ou seja, recorrem ao *agenda setting* e ao *framing*. Executam ações violentas, levando as pessoas a pensarem, por que razão alguém faria tal tipo de ações, ou como será possível alguém suicidar-se somente para fazer passar uma mensagem. Os efeitos de tal estratégia podem ser ampliados procurando levar os *media* a apresentar os acontecimentos e temáticas afins com um enquadramento que

³⁶ Fórum para os governantes dos países economicamente mais desenvolvidos (EUA, Japão, Alemanha, Reino Unido, França, Itália, Canadá e Rússia), onde se debatem matérias de interesse mundial centradas na Economia.



as favoreça. Por vezes, os *media* comparam os meios utilizados por estas organizações com a superioridade de meios dos Estados que eles pretendem afetar levando a que, em certa medida, haja algum reconhecimento dos seus feitos. As organizações terroristas tentam também forçar a divulgação das suas exigências, existindo exemplos no passado, como o desvio do avião da TWA, em 1976, sendo exigida a largada de *flyers*³⁷ sobre grandes cidades, facto que culminou com a publicação das suas declarações por dois jornais norte-americanos (Pitt, 1987).

A realidade é que, na maioria das ocasiões, os próprios *media* efetuam voluntariamente a cobertura das ações terroristas, enviando os seus repórteres ao local para uma cobertura total, o que leva depois a uma necessidade de rentabilização do investimento, conduzindo à emissão constante de imagens do local, mesmo que por vezes tenham pouco interesse, ou então repetindo continuamente as imagens mais sangrentas por forma a manterem elevadas as suas audiências. Disso foi exemplo, o incidente de 1985 da TWA, envolvendo reféns, que se prolongou por vários dias, sem grandes desenvolvimentos. Sem notícias frescas, os *media* foram reportando motivações dos terroristas, suas exigências e situação dos reféns, tudo para ir mantendo a audiência interessada mas, na realidade, quem estava a beneficiar da atenção eram os terroristas (Hoffman, 2006, p.175). Durante o já mencionado massacre de Munique, muitos ficaram informados acerca da causa defendida pelos palestinianos, sobre os seus motivos para a violência, tudo através das notícias e da mediatização do incidente (Nacos, 2000, p.177).

A conduta de muitos *media* leva-os a não dar apenas cobertura às ações mas, a dar-lhes uma interpretação dramática, o modo como se escolhe transmitir uma ação é determinante na maneira como esta é sentida e entendida pela audiência³⁸. As organizações terroristas garantem que as suas motivações serão debatidas, mesmo que tal aconteça apenas devido à vontade de compreensão das suas razões (Nacos, 2006, p.7). Tal verificou-

³⁷ Prospetos portadores de informação relativa à organização e respetivas motivações.

³⁸ *Infotainment* - Expressão que designa as mensagens mediáticas que integram elementos de carácter jornalístico e de entretenimento. Esta fórmula começa a ser cada vez mais frequente nos atuais sistemas mediáticos, à medida que o conceito de informação se vai alargando na sua definição e a indústria mediática se torna uma indústria de conteúdos (Infopédia, 2011).



se, por exemplo, após o 11 de setembro, tendo surgindo histórias ponderando a questão: “*Why Do They Hate Us?*” (Zakaria, 2001).

(3) Ganhar respeito e simpatia

As audiências dos ataques terroristas, não são apenas as vítimas, mas também os potenciais apoiantes, aqueles em nome dos quais, supostamente as organizações terroristas atuam e levam a cabo as suas ações, este público-alvo tem de ser impressionado, para que veja o que as organizações terroristas conseguem fazer. Mais uma vez para atingir este desiderato, os terroristas necessitam de recorrer ao *agenda setting* e, se simultaneamente, conseguirem que as suas ações sejam apresentadas da forma que lhes convém, então ainda conseguirão mais respeito e simpatia, dos apoiantes, tal como desejam.

“*Simply by demonstrating that he and his kind were able to land a catastrophic blow against the United States on its home turf, bin Laden conditioned a large number of young Muslim men – especially in the Muslim diaspora in western Europe – for recruitment into his cause without ever meeting them.*” (Nacos, 2007, cit. por TTSRL, 2008b). Este é um bom exemplo do que a cobertura das ações terroristas pode fazer pelo alastramento do terrorismo pelo mundo.

Outro exemplo é o *Hezbollah*³⁹, que consegue enfrentar e até sair por vezes vitorioso em relação aos israelitas, quando muitas nações árabes não o conseguiram, a organização possui uma elaborada estratégia de *media*, utilizando as imagens como prova dos seus sucessos (Osipova, 2011). Este objetivo é especialmente importante, pois é através da conquista desse respeito e simpatia que as organizações terroristas sustentam as suas posições radicais, garantem a mobilização e o recrutamento e até mesmo o financiamento necessário para conduzirem as suas ações violentas.

(4) Ganhar legitimidade

As organizações terroristas, ao aparecerem constantemente nos *media*, tentam tornar-se os legítimos representantes da sua causa, dispõem

³⁹ Significa o “partido de Deus” e é uma organização com atuação política e paramilitar fundamentalista islâmica xiita sediada no Líbano.



muitas vezes de espaço similar ao atribuído a muitos Chefes de Estado, logo comparam-se a eles em termos de estatuto. Se, a juntar a isso, conseguirem que a sua mensagem seja transmitida na forma desejada, então atingem, com sucesso, o seu desejo. Claro que se os *media* fizerem uma clara diferenciação tal será percebido pela audiência e o reconhecimento de legitimidade será diminuto, o mesmo acontecendo quando o tratamento de imagem, dado às declarações prestadas pelos terroristas, for reduzido, a mensagem terá um impacto limitado.

Os líderes da *al-Qa'ida* usaram esta estratégia com regularidade, enviando para os *media* inúmeros vídeos portadores das suas mensagens, confiantes de que se não fossem passadas na íntegra, o seriam pelo menos parcialmente, sabendo que muitos defendem, que o público tem o direito à verdade da informação, colocando assim o terrorismo num dos pratos da balança e os Estados visados no outro. Um bom exemplo desta estratégia é o caso de Yasser Arafat⁴⁰, ao conseguir discursar na Assembleia Geral das Nações Unidas, em 1974, as suas palavras foram transmitidas para todo o mundo tendo tido dessa forma a oportunidade de se afirmar como líder. Tal como este exemplo surge o de Shamil Basayev⁴¹, terrorista checheno, que foi entrevistado e a sua entrevista divulgada em vários países. Na referida entrevista ele apresentou as suas razões, as suas motivações e declarou-se responsável pelos ataques ao teatro em Moscovo e à escola em Beslan, associado a todo este protagonismo veio o estatuto similar ao de um líder (Nacos, 2006, p.9).

Prova-se assim que, as organizações terroristas, para atingirem os seus objetivos, ajustam os planos de ataque para compelir os *media* a definirem a agenda ou o tratamento da informação, de acordo com os seus desígnios. A derradeira confirmação de que a atuação das organizações terroristas está intimamente ligada aos *media* e ao seu impacto na sociedade, é o agudizar da violência quando as ações ocorrem no continente africano, relativamente ao que acontece quando ocorrem por exemplo, na Europa ou nos EUA, visto que em África se não for muito sangrento, os *media* não lhe

⁴⁰ Foi o líder da Autoridade Palestiniana, presidente (de 1969 a 2004) da OLP, líder da *Fatah*, a sua maior facção, inicialmente uma organização terrorista, e codetentor do Nobel da Paz.

⁴¹ Foi um guerrilheiro, político e autodeclarado terrorista separatista checheno.



dão cobertura (Frey & Rohner, 2006, p.1). O mesmo se passa com a origem dos jornalistas e respetivo meio onde operam, jornalistas ocidentais e de televisão, despertam muito mais interesse nos terroristas do que os jornalistas de outras nacionalidades, de jornais ou da rádio pois, o alcance que dão à notícia, é muito superior (Hoffman, 2006, p.178).

b. Razões para o interesse dos *Media* em ações violentas

“If it bleeds, it leads (...) If it doesn’t bleed, it certainly shouldn’t lead, and indeed, may not be fit to print at all.”

(Mueller, 2007)

Qual a razão para os *media* se interessarem pelo terrorismo? Esta é a questão que se levanta e para a qual a resposta parece ser unânime: lucro. As ações terroristas têm grande valor noticioso, logo têm de ser cobertas e divulgadas. Podem até existir mais motivações para a cobertura de ações violentas, mas o denominador comum é sempre o mesmo, o índice de audiências, até porque as ações violentas despertam um grande fascínio à maioria das pessoas. Tal como os terroristas, os jornalistas necessitam de público para poderem ganhar notoriedade e justificarem a sua existência como profissão de interesse público (Lara, 2007, p.48).

Os *media* dependem das audiências, principalmente, porque estas ditam a maior ou menor percentagem de ganhos com publicidade. Nacos defende: *“the media are rewarded as well in that they energize their competition for audience size and circulation - and thus for all - important advertising revenues. In this respect, the two sides enjoy a symbiotic relationship - they feed off each other”*. Competem cada vez mais pelas cotas de mercado, audiências e consequentes ganhos com publicidade, essa competição tornou-se de tal maneira feroz, que a velocidade é vital. A velocidade torna-se determinante, pois a busca de informação pelo público é insaciável e assim, os *media* desejam ser os primeiros a colocar no ar, as notícias de abertura de interesse internacional para garantirem que o espetador vê o seu canal e não outro. Hoje em dia a questão não é se um *media* tem a notícia, mas sim quando a tem, isto porque todos acabam por ter acesso às



imagens e à notícia, mas o mais importante é ser o primeiro a transmiti-la, obter o “furo”⁴² (Shapiro, 2002, p.77).

O resultado desta situação faz com que possam ocorrer situações em que vão para o ar imagens em direto sem terem sofrido qualquer tratamento, outras vezes existe algum tratamento, mas dispondo de pouco tempo para uma decisão refletida e fundamentada quanto às imagens a difundir e se deveriam ou não sê-lo. Em vez de informar, consegue-se apenas alarmar mas, pior do que isso, é manter a transmissão dessas notícias e repetir imagens sangrentas, em vez de transmitir outras notícias de interesse geral, com o único objetivo de manter audiências. Este é um problema que ocorre com maior frequência nos canais noticiosos, por terem uma necessidade premente e contínua de passar notícias, se por acaso não dispuserem de novas, invariavelmente repetem as que mais impacto provocam, o que já não acontece noutros canais que, possuindo telejornais com tempo limitado são forçados a selecionar cuidadosamente e a reduzir ao essencial o que noticiam. Percebe-se então, por que razão, os *media* reagem mal a notícias, que desvalorizam o impacto real do terrorismo na sociedade, pois estariam a perder uma das melhores fontes de receitas. Disso é exemplo, a distinta atenção dada pelos *media* às notícias de aumento do grau de alerta relativamente a ameaças de terrorismo e posteriormente à sua descida, em consequência o número de notícias referentes à subida do alerta é significativamente superior (Nacos et al., 2007, pp.110-113).

Existe um acentuado exagero na apresentação de notícias sobre terrorismo devendo-se esse facto em grande medida ao que o ser humano considera ser apelativo. As notícias de abertura, devem ser dramáticas e sangrentas, não significando contudo que os *media* defendam esse tipo de ações, mas a realidade é que elas possuem todos os ingredientes para atrair audiências, curiosidade mórbida dos espetadores, tragédia, choque e drama (Nacos, 2006, p.1). No início dos anos 80, os três maiores canais americanos, passaram mais notícias sobre terrorismo, do que sobre pobreza, crime, desemprego e discriminação, todas juntas (Iyengar cit. por Nacos, 2000, p.176).

A desproporção da importância atribuída às notícias sobre terrorismo, deve-se em grande medida à sua atratividade, muito superior à do crime e dos acidentes que, apesar de causarem significativamente mais baixas do que o terrorismo, têm

⁴² Jargão para a informação publicada num *media* antes de todos os demais.



muito menos impacto mediático. Em resumo, o tema terrorismo é mais atrativo, possui o perigo, o drama, o sangue, a tragédia humana, imagens chocantes com ação e a eterna luta entre o bem e o mal. Os acontecimentos do 11 de setembro possuíam todos os ingredientes para gerarem audiências recorde e os *media*, exploraram-nos até à exaustão, tendo obtido lucros muito significativos. Mas, não são apenas os *media* que desejam ganhar essas audiências, os terroristas também, para divulgarem as causas políticas que defendem. Desta forma, os *media* dão um forte contributo para o terrorismo alcançar os seus objetivos ideológicos ou outros, quase sempre relacionados com a tomada do poder pela violência.



4. Instrumentalização dos *Media* Sociais

No capítulo anterior, analisámos o que torna o terrorismo tão atrativo para os *media* e, em oposição, o que torna os MT atrativos para as organizações terroristas. Neste capítulo, vamos analisar como a *Internet* e os MS em particular, têm sido utilizados por organizações terroristas e movimentos sociais da Primavera Árabe, procurando perceber se estes novos *media* vieram garantir maior sucesso do que o já conferido pelos MT.

a. A *Internet* e os *Media* Sociais

“(...) a new information revolution has occurred to empower these movements with the ability to shape and disseminate their own message in their own way, enabling them to completely bypass traditional, established media outlets”

(Hoffman, 2006, p.198)

À semelhança de toda a sociedade, as organizações terroristas têm aumentado a sua presença no espaço digital. Em 1998, cerca de metade delas possuíam *sites* próprios e, em 2000, já todas as possuíam. A presença dessas organizações na *Internet* é extremamente dinâmica, os *sites* aparecem, são modificados e desaparecem a um ritmo considerável, por vezes apenas através da simples mudança de endereço, mantendo no entanto os conteúdos. Estas constantes alterações chegam a ser diárias, procurando evitar a deteção. As vantagens da utilização da *Internet* não passaram despercebidas às organizações terroristas ativas e, assim, praticamente todas possuem inúmeras páginas, algumas delas em diversas línguas. No Médio Oriente, onze organizações terroristas marcam a sua presença na *Internet*, três na Europa, quatro na América Latina e dez na Ásia (Weimann, 2004, pp.3-4).

As páginas digitais destas organizações contêm normalmente o historial da organização e suas atividades, uma análise detalhada da sua origem social e política, descrição das façanhas mais notáveis, biografias dos seus líderes, fundadores e mártires, informação política e ideológica dos seus objetivos, crítica feroz aos seus inimigos e notícias diárias. A maioria não detalha ações violentas, as exceções são o *Hezbollah* e o *Hamas* que, ao contrário das outras organizações, incluem estatísticas das suas ações e o número de baixas, quer em termos de mártires, colaboradores e inimigos. As audiências, i.e., quem as organizações



terroristas querem influenciar, podem dividir-se em três grupos, os apoiantes, a opinião pública internacional e os públicos inimigos, estes grupos tornam-se claramente perceptíveis através da análise dos conteúdos das páginas destas organizações (Weimann, 2004, p.4).

As páginas destinadas aos apoiantes possuem uma vasta utilização de *slogans* e disponibilizam vendas de produtos *online*, como *t-shirts*, bandeiras e vídeos, tudo material de propaganda destinado a simpatizantes. Geralmente, estão na linguagem local e dispõem de informação pormenorizada das suas atividades e política interna, aliados e competidores. As destinadas à opinião pública internacional, não diretamente envolvida no conflito, surgem em diversas línguas, apresentam informação acerca da organização e um extenso historial sobre as origens, sendo muita desta informação utilizada, por exemplo, por jornalistas quando necessitam de consultar dados relativos à história destas organizações, bem como das suas motivações. As dirigidas aos públicos inimigos, não são tão fáceis de identificar, embora surjam algumas que aparentemente foram criadas para desmoralizar o inimigo, através de ameaças de ações violentas ou pretendendo gerar sentimentos de culpa. Chegamos assim à pergunta mais premente, i.e. como utilizam os terroristas a *Internet*? Existem oito áreas preferenciais para as organizações terroristas explorarem as potencialidades da *Internet* em proveito dos seus objetivos: Guerra psicológica; Publicidade e propaganda; Financiamento; Recrutamento e mobilização; Busca de dados; *networking*⁴³; Partilha de informação; Planeamento e coordenação. Vamos agora abordar, individualmente cada uma dessas áreas de intervenção (Weimann, 2004).

A guerra psicológica, sendo o primeiro dos objetivos, pode surgir de diferentes formas, disseminando desinformação, efetuando ameaças a fim de causar o medo e o pânico e divulgando imagens recentes de ações violentas. Outras das formas possíveis é o ciberterrorismo ou a ameaça de recorrer a ele, criando o medo através da divulgação da imagem do que um ataque poderá causar, ainda ampliado se o público acreditar que o ataque irá realmente acontecer. A *Internet* é especialmente indicada para permitir a um pequeno grupo enfatizar e ampliar, significativamente, uma mensagem e a ameaça que esta representa. A *al-Qa'ida* combina a propaganda multimédia e avançadas tecnologias de comunicação para

⁴³ Um sistema de suporte de partilha de informação e serviços, entre indivíduos e grupos que possuem um interesse comum.



criar uma forma sofisticada de guerra psicológica. Apesar de, nos últimos anos, ter perdido inúmeros membros e, grande número das suas bases operacionais e campos de treino, tem conseguido manter acesa a chama do medo de novos ataques, devendo-se em muito à mediatização das suas declarações, colocadas nas suas páginas da *Internet*. A *al-Qa'ida* continua a afirmar que, com o 11 de setembro, causou danos psicológicos gigantescos e foram estes que levaram ao enfraquecimento do dólar e à perda de confiança na economia americana. A *Internet* veio dar a este objetivo uma nova abrangência, a audiência é significativamente maior do que a atingida pelos MT, contribuindo assim, para o objetivo um do capítulo anterior, **“Ganhar atenção e consciencialização (espalhar o medo)”**.

A *Internet* veio trazer mais oportunidades às organizações terroristas, como as de conseguirem alcançar o segundo objetivo, e garantir publicidade e propaganda. Até ao surgimento da *Internet*, as organizações terroristas tinham de conseguir atrair os *media* para publicitar as suas causas e atividades. A partir de então passaram a possuir a capacidade de controlar diretamente o conteúdo da mensagem a transmitir, sem qualquer filtro, adequando-a ao seu público-alvo. As páginas destas organizações enfatizam dois assuntos: as restrições colocadas à liberdade de expressão e as condições em que se encontram os seus camaradas, prisioneiros políticos. Com este tipo de mensagens eles pretendem ganhar a simpatia e a adesão, mesmo de públicos ocidentais, mais suscetíveis de defenderem os valores da liberdade de expressão.

Na sua maioria, as páginas das organizações terroristas utilizam estruturas retóricas, para justificar a sua atuação violenta – a superioridade, em termos de poder, dos opressores; o opressor é demoníaco e ilegítimo, esmagando-lhes os direitos e a dignidade; apelo à não-violência, afirmando que o seu desejo é a resolução diplomática – todas têm em comum, a ideia de que a organização terrorista é forçada a usar a violência como forma de luta. Não publicitam os seus atos violentos, mas chamam veementemente a atenção para as ações que os Estados tomam contra eles (Dayan, 2009, p.403). Este objetivo, tal como o anterior, vem reforçar dois objetivos descritos no capítulo anterior: **“Reconhecimento das motivações”** e **“Ganhar respeito e simpatia”**. A *Internet* vem uma vez mais, ampliar os efeitos dos MT.



O terceiro objetivo, financiamento, é mais um dos que viu ser aumentado o seu sucesso, com o aparecimento da *Internet*. A *al-Qai'da*, sempre dependeu, em grande medida das doações, tendo para tal uma rede global de obtenção e angariação de fundos através de fundações de caridade, organizações não-governamentais e instituições financeiras que utilizam *sites*, salas de *chat* e fóruns. De uma forma generalizada, as organizações terroristas recorrem às suas páginas, para tentarem obter financiamento, disponibilizando mesmo números de contas bancárias para depósitos ou solicitando doações via cartão de crédito. O financiamento, através da *Internet*, incluído no ponto “**Ganhar respeito e simpatia**”, do capítulo anterior, vem dar às organizações terroristas uma forma de manterem a sua base de rendimentos segura e até aumentá-la.

O recrutamento e mobilização, quarto objetivo da utilização da *Internet*, visa a obtenção de apoiantes para desempenharem papéis ativos (operacionais) no apoio às atividades e causas da organização. Existem casos em que os candidatos se anunciam às organizações, solicitando pertencer às mesmas. Outra das formas é através de uma vigilância, por parte dos gestores das páginas das organizações terroristas, por forma a entenderem quem demonstra maior interesse. Quando tal acontece, entram em contacto com o potencial candidato. Estes contactos são efetuados utilizando toda a panóplia de recursos disponibilizados pela *Internet*, desde salas de *chat* a cibercafés. Os possíveis recrutas depois de identificados são então bombardeados com mensagens religiosas, propaganda anti ocidente, juntamente com o fornecimento de manuais de treino de como ser um terrorista, e até de indicações sobre como viajar para países do Médio Oriente, para treino. Hoje em dia, as organizações terroristas, efetuam o recrutamento para levar a cabo ações, mas também, para angariarem especialistas em áreas que lhes sejam úteis como a informática, por exemplo. Tal como no financiamento, também este objetivo se insere no ponto “**Ganhar respeito e simpatia**”, do capítulo anterior e, mais uma vez, a *Internet* veio aumentar em muito a capacidade, neste caso de mobilizar e recrutar, evitando os filtros editoriais dos MT e a baixo custo.

Outro dos objetivos, o quinto, refere-se à busca de dados e a *Internet* é, por excelência, uma vasta biblioteca digital oferecendo biliões de páginas de informação útil, na sua maioria grátis e interessantes, para as organizações terroristas. Um bom exemplo é a informação sobre potenciais alvos (instalações de transportes, centrais nucleares, edifícios públicos, aeroportos e portos) e até



medidas de contra-terrorismo. Permite-lhes ainda estudar as fraquezas nas estruturas de edifícios ou o efeito de cascata ao atacar certos sistemas podendo, muita desta informação ser obtida sem recorrer a meios ilícitos. A pesquisa de informação na *Internet* é atualmente uma das grandes apostas das organizações terroristas, facilitada pelas inúmeras ferramentas em rede de ajuda à recolha de dados que procuram informação sensível, como nomes de código e frequências rádio dos Serviços Secretos, tutoriais sobre a forma de espalhar vírus informáticos, estratégias de *hacking* e sabotagem de redes, mapas e diagramas de alvos como imagens onde se podem detetar as medidas de contra-terrorismo implementadas e mecanismos passíveis de afetar as redes elétricas, de gás, de água, de transportes e de comunicações.

O sexto objetivo, *networking*, centra-se na transformação organizacional do terrorismo. Tradicionalmente as organizações terroristas tinham estruturas verticais hierarquizadas, com líderes para agrupamentos de células semi-independentes. A *Internet*, veio permitir a comunicação em rede entre estes grupos, facilitando a descentralização, numa estrutura mais horizontal, que dificulta a deteção e a identificação de líderes efetivos, pois na realidade eles não existem. A principal razão para recorrerem a esta forma de organização prende-se com as novas tecnologias, que permitem reduzir os tempos de comunicação, os baixos custos e a integração de diferentes formas de partilhar informação. A juntar a esta nova forma de organização e de comunicação interna, acresce a facilidade de interação com outras organizações terroristas, permitindo a partilha de conhecimentos e experiências.

Partilha de informação, o sétimo objetivo, está relacionado com o anterior e assenta nas bases do que é hoje a *Internet*. Dezenas de *sites* fornecem, a mais variada informação e diversidade de conhecimentos, entre estes, alguns fornecem conteúdos pormenorizados, como fabricar explosivos ou até armas químicas. Existe ainda um extenso rol de manuais com instruções, como por exemplo, fabricar venenos, gases venenosos e outros materiais para potenciais ataques, existindo até uma enciclopédia com instruções para estabelecer uma organização terrorista e conduzir ataques⁴⁴. Esta informação está disponível para as organizações terroristas

⁴⁴ Exemplos de manuais: *The Terrorist's Handbook*; *The Anarchist Cookbook*; *The Mujahadeen Poison Handbook*; *Sabotage Handbook*; *How to make Bombs: Book Two*; e *The Encyclopedia of Jihad*.



ou para qualquer indivíduo que decida executar a sua própria agenda (Economist, 2007).

O oitavo e último objetivo de utilização da *Internet* está relacionado com o planeamento e coordenação. Temos como exemplo, os membros da *al-Qai'da*, envolvidos no 11 de setembro, que centraram maioritariamente na *Internet*, o planeamento e coordenação dos ataques, milhares de mensagens encriptadas foram encontradas após os ataques, revelando como foram conduzidas as fases de execução dos mesmos. Os próprios sequestradores comunicaram através de contas de *e-mail* gratuitas. Outro exemplo é o do *Hamas* que utiliza salas de *chat* para planear e coordenar as suas operações, através da troca de instruções em forma de mapa, fotografias, infografias, direções e detalhes para utilização de explosivos, todos eles disfarçados utilizando a esteganografia⁴⁵. Fruto desta crescente utilização da *Internet*, para este tipo de ações, alguns Estados já monitorizam um considerável número de *sites* que creem ter ligações a organizações terroristas (Weimann, 2004, pp.5-10).

Identificámos e caracterizámos os objetivos para utilização da *Internet* por organizações terroristas e constatámos que são mais do que os existentes na utilização dos MT. De todos, identificámos três que são coincidentes e que a *Internet* aumenta o sucesso das organizações terroristas. “**Ganhar legitimidade**” é o único ponto que não aumenta, de forma significativa, o sucesso das organizações terroristas pois, qualquer pessoa pode colocar conteúdos produzidos por si na *Internet*, logo, não se pode dizer que o *status* aumente apenas fruto desse ato, ao contrário do que acontece se conseguirmos obter tempo de antena num meio de comunicação social de expansão planetária.

b. A Primavera Árabe

As diversas valências dos MS, publicidade, reivindicação, discussão e jornalismo alternativo, têm permitido novas formas de relacionamento social por todo o globo, transformando os indivíduos em massa crítica. Incógnitos de todo o lado, podem juntar-se no mesmo local, pela mesma causa ou contra o mesmo alvo, sem nunca se terem conhecido, dialogado ou conspirado juntos. Os MS ficaram desde logo associados aos movimentos sociais que ficaram conhecidos por

⁴⁵ Técnica para ocultar a existência de uma mensagem dentro de uma imagem.



Primavera Árabe. A existência de movimentos de contestação a poderes déspotas, é uma das razões apontadas por Graham Fuller⁴⁶, como elemento potencial para a violência no mundo muçulmano e neste caso está exatamente no cerne da revolta em curso, desde finais de 2010 (Rogeyro, 2011, p.20).

Os processos de revolta não tiveram todos a mesma intensidade, nem ao nível da contestação, nem a nível do grau de violência usado. No nível mais baixo, a contestação pacífica⁴⁷ criticando algumas instituições, políticos e suas políticas ocorreram em países como Marrocos, Jordânia, Omã e Mauritânia. Revolta com alguma violência, podendo transformar-se em revolução e derrube das instituições ou ficar-se por elevados níveis de confrontação, afetou países como a Argélia, o Irão, a Tunísia, o Egito e a Nigéria. Revolta violenta, verificando-se na Síria e no Bahrein onde houve o uso de formas armadas e de coação, em primeira instância pelo Estado, os protestos iniciaram-se com pedido de número limitado de direitos e garantias, mas evoluíram para a exigência do fim do regime e demissão dos dirigentes mais importantes. Conflito armado aberto entre facções, ou seja, guerra civil, casos do Iémen e da Líbia (Rogeyro, 2011, pp.31-32).

Estes processos de revolta surgiram devido a inúmeras causas, quer próximas, quer remotas, entre as primeiras temos:

- Prática continuada de todo o tipo de crimes de corrupção, pelas elites e pelo poder político;
- Subdesenvolvimento na área das liberdades, comparativamente ao modo de vida ocidental;
- Práticas repressivas dos Estados ou autoridades locais, indo desde a censura até à agressão física. A sua intensidade ditou o grau de radicalização das ações de revolta;
- Envelhecimento dos regimes políticos dominantes e afastamento das camadas jovens (desemprego, discriminação, repressão, empobrecimento, exclusão);
- Injustiça social, empobrecimento e estagnação económica (híper-dependência dos produtos petrolíferos e das flutuações de preços, crise global, má distribuição da riqueza, concentração dos orçamentos em

⁴⁶ Analista político, especializado em extremismo islâmico.

⁴⁷ Sem uso de armas, a insurreição não foi generalizada, não se exigindo a queda do regime.



áreas distantes do bem estar social, desviadas para benefício dos dirigentes);

- Apesar da religião não ter estado na origem das revoltas, ela esteve sempre presente, pois os próprios regimes (teocráticos) utilizavam-na como ferramenta política.

Como causas remotas temos:

- Excessiva longevidade dos regimes, sem reformas ou adaptação às novas realidades;
- As promessas efetuadas há décadas que continuam por cumprir;
- A herança das famílias que foram dizimadas pelos atuais regimes;
- O culminar de processos sociais como o dos direitos das mulheres;
- As enraizadas doutrinas insurrecionais usadas contra o domínio externo, agora disponíveis para utilização na revolta interna;
- Problemas não resolvidos pela descolonização (Rogero, 2011, pp.127-152).

Para além das causas, podemos ainda identificar os “aceleradores” do processo revolucionário, no caso das revoltas no Norte de África e Médio Oriente, o principal terá sido a *Internet*, mais propriamente os MS. As ferramentas da *Internet* permitiram acelerar e propagar, de forma eficaz, os movimentos revolucionários, mantendo-os anónimos tornando-os virtualmente indetetáveis, autênticos “fantasmas digitais”. Fruto dessas características, muitos Estados pensam cada vez mais em novas regras de controlo, disciplina e proibição, mesmo dentro das comunidades do *Twitter* e do *Facebook* (Rogero, 2011, pp.153-156).

A estes movimentos dissidentes sediados nos MS, costumam-se chamar, “exércitos sem general” ou “revoluções sem cabeça”. Mas os líderes irão aparecer, o problema é aparecerem os que defendem as posições corretas e não os oportunistas. Os atores que utilizam os MS podem estar na génese dos processos revolucionários, mas dificilmente serão os mesmos a concluí-los (Rogero, 2011, p.157).

Um dos polos mais ativos da relação entre MS e protesto cívico tem mesmo sido a Primavera Árabe. No Egito, foi onde a ligação ao *Facebook* mais se notabilizou, a propósito das atuais revoltas, houve pelo menos um milhão de



aderentes à campanha “*We are all Khaled Said*”⁴⁸, também existente no *Twitter*, tendo sido organizada por Wael Ghonim⁴⁹ (BBC, 2011). Mas, por todos os países onde se espalhou a revolta, existiu participação dos MS locais ou utilizados pelos emigrantes. Estes tiveram um papel importante no caso tunisino, líbio, argelino e marroquino, com fóruns de discussão nas comunidades magrebina e norte-africanas da Europa. No caso líbio, a ajuda de ativistas egípcios permitiu o estabelecimento de emissões de rádio e canais de televisão alternativos. Estabeleceram-se mapas interativos no *Google* e *sites* com 24 horas de informação, instalados na Europa e em pelo menos dois países africanos (Rogero, 2011, p.159).

"Generally, in Libya before this, there was no media. So if Tobruk made a revolution, [the government] would spend three to five days killing us and finish the revolution. Nobody in [larger nearby communities and cities] al-Baida or Darna or Benghazi would have heard about it. But now with al-Jazeera and Facebook and the media, all of Libya hears about the revolution and is with the revolution. They know about it. They think, 'I am Libyan, this is my family, so I will go to the street to fight for them' " (Gamal Shallouf cit. por Hauslohner, 2011).

Os dias de corte do sinal de *Internet* no Egito, não cessaram a revolução, o mesmo acontecendo com os cortes na Líbia, Síria e no Bahrein, que levaram ao restabelecimento das comunicações fora das suas fronteiras, com canais alternativos para as notícias, permitindo a residentes transfronteiriços próximos, o reencaminhamento da informação quer oral direta, quer via satélite ou telemóvel. No caso da Líbia, foram mesmo os partidários do governo a tentar abrir formas de comunicação via Argélia e Chade, que recusaram, por não se quererem envolver nos assuntos internos líbios. Já no caso da Síria, quer a Jordânia quer o Líbano, serviram para estabelecer uma rede de comunicação, reenviando as imagens captadas nas cidades sírias (Rogero, 2011, pp.159-160).

“Como não temos rede na maior parte dos sítios, devido à activação dos inibidores electrónicos pelos serviços secretos militares da força aérea e outros, usamos telemóveis só como câmaras improvisadas. Depois de gravar as imagens, temos correios que fazem passar os telefones para os nossos amigos no Líbano e na

⁴⁸ Khaled Said, um egípcio de 28 anos, de Alexandria, foi torturado até a morte por dois polícias. Várias testemunhas oculares descreveram como foi levado por polícias, para a entrada dum edifício, onde foi brutalmente agredido, apesar dos apelos por misericórdia. Khaled tornou-se um símbolo para muitos egípcios que sonhavam ver o país livre da tortura, brutalidade e maus-tratos.

⁴⁹ Diretor de *marketing* da *Google*, no Cairo.



Jordânia. O problema é que as autoridades começaram a deter os portadores de telemóveis. Passamos assim a ter dois. Um, que funciona só como câmara descartável e que vai para a nossa rede clandestina, e o normal, que nunca funciona” (B.M. cit. por Rogeiro, 2011, p.160).

A sociabilidade em rede, como alternativa à socialidade difícil ou impossível em regimes despóticos ou carentes, é um fenómeno notório e inquestionável. “Se não fossem os telemóveis, as câmaras portáteis e a internet os acontecimentos de janeiro não tinham sido possíveis. A mobilização não tinha sido possível porque os jornais e as televisões estavam alinhados com o Presidente Ben Ali” (Yossine Ayari cit. por Pereira, 2011).

Apesar de todas estas evidências, um dos diretores da *Al Jazeera*⁵⁰, Abderrahim Foukara, afirma não terem sido os MS que criaram a revolta árabe. Os MS foram apenas os meios disponíveis, sempre ao serviço dos seus utilizadores e dos seus anseios, expetativas, coragem e desejo de libertação de inúmeros resistentes e apoiantes. Ou seja, as revoltas em curso resultaram de anos de frustrações, devido à asfixia de sociedades déspotas. A rede limitou-se a pôr em contacto os interessados, a publicitar os seus desejos, a combinar objetivos, a marcar hora e data para os protestos. Mas é certo que, sem eles, a luta seria mais árdua, demorada e suscetível a derrotas (Rogeiro, 2011, p.163).

"Facebook and Twitter did not invent courage. And I think we owe it to these incredibly courageous people. I mean look how many people are being slaughtered in Libya, to recognize that this courage has been there for decades, whether people outside of those countries saw it or not. Facebook allowed you to see it. Facebook allowed them to connect. But at the end of the day, it's their courage to go out on the street and topple those regimes that must be saluted, before we salute anybody else" (Eltahawy cit. por Villarreal, 2011).

A mediatização, diretamente ligada aos MS, foi outro dos fatores que contribuiu para o aumento da velocidade das revoltas. Os acontecimentos da Praça Tahir, no Cairo, foram os que, a nível mundial, mais destaque tiveram, com cobertura diária pelas principais cadeias noticiosas. Juntamente com o enorme afluxo de jornalistas para divulgarem os acontecimentos na Líbia, com

⁵⁰ Maior emissora de televisão do Catar, com sede em Doha. Transmite na língua árabe e em inglês. Foi criada em 1996, por Hamad bin Khalifa al Thani, emir do Catar, defendendo a liberdade de expressão e de oposição, raramente visto no mundo árabe, acostumado a uma imprensa altamente controlada, baseada apenas em fontes oficiais.



correspondentes a alugar espaços em veículos de revoltosos para melhor cobrirem os acontecimentos. “Agora, a contestação e a repressão surgem a todos os telespetadores no minuto seguinte.” Muitos regimes fecham as portas aos *media*, embora ganhem tempo pela não revelação de imagens chocantes de repressão, acabam por não conseguir travar a informação. A cobertura das revoltas teve efeitos, tornou os insurretos mais populares e ousados, conferindo-lhes o poder de terem um rosto, e retirou capacidade de resposta aos governos. A censura teve ainda outras consequências, a disseminação de teorias alternativas, relatos de conspirações e propagação de boatos. Mas, os maiores obstáculos à censura foram os canais árabes *Al Jazeera* e *Al Arabiya*⁵¹, emitindo em sinal aberto, podendo ser captados por antenas de satélite relativamente pouco sofisticadas e pouco dispendiosas (Rogero, 2011, pp.164-169).

Podemos concluir que os *media*, não estiveram na origem da Primavera Árabe, mas contribuíram significativamente para acelerar os movimentos de revolta. “O que se passou no Egipto, mas também o que antes se havia passado na Tunísia e depois alastrou a muitos outros países árabes, reforça a percepção de que as possibilidades abertas pelas capacidades de comunicação e interligação da Internet estão a “revolucionar”, não apenas a forma como os cidadãos obtêm informação, mas também a maneira como formam as suas opiniões, se mobilizam e exercem os seus direitos” (Fernandes, 2011, p.87). Em entrevista Castells (2011) afirma que os MT têm de se aliar com a *Internet* e com o cidadão repórter, ou serão marginalizados, tornando-se economicamente insustentáveis. Considera mesmo essa aliança decisiva para a mudança social referindo que, sem a *Al Jazeera*, não teria havido revolução na Tunísia.

⁵¹ Canal de notícias saudita transmitido em língua árabe. Lançado em 3 de março de 2003, encontra-se sediado nos Emirados Árabes Unidos e no Dubai.



Conclusões

No cap. I respondemos à QD1 (Como se caracteriza atualmente o terrorismo?), verificámos que o terrorismo evoluiu significativamente nas últimas décadas. Internacionalizou-se e deixou de ter uma clara ligação a questões políticas para recentrar as suas motivações na religião embora, o estado final desejado continue a ter um cariz iminentemente político, ou seja, a tomada do poder. Com esta alteração, também os métodos e técnicas utilizados foram ajustados, passando as ações a serem mais sangrentas e menos seletivas nos alvos a atingir. O terrorismo suicida assumiu uma enorme preponderância, apoiado por uma exploração estratégica do ambiente da informação em que a nossa sociedade globalizada vive, sendo disso o 11 de setembro de 2001 o exemplo mais marcante. Face ao exposto, damos como comprovada a H1 (O terrorismo internacionalizou-se, tornou-se mais sangrento, menos seletivo).

No cap. II demos resposta à QD2 (Como se caracterizam os *media* da atualidade?), verificando que os *media*, tal como o terrorismo, sofreram uma profunda evolução, industrializaram-se e concentraram-se, sob a alçada de grandes grupos económicos. Esta evolução conduziu a que muitas das suas funções primárias, como a de serviço público, fossem relegadas para segundo plano em detrimento do lucro. Para além desta metamorfose os *media* viram surgir novos *media*, nomeadamente a *Internet* para onde, hoje, todos parecem estar a convergir. Com a *Internet* vieram os MS, com uma orientação direcionada para a interação, dinamizaram a partilha da informação mas, mais do que isso, recentraram o seu foco na comunicação. Mas, nem tudo o que surgiu da metamorfose dos *media* foi benéfico, o seu poder tem sido utilizado como uma poderosa arma pelos vários poderes, pelos próprios mas, também por atores que perseguem o caos, e que veem neles uma forma de o alcançarem. Face ao exposto, damos como comprovada a H2 (Os *media* caracterizam-se por estarem concentrados sob a alçada de grandes grupos económicos e pela adesão à convergência digital, fruto das novas tecnologias).

No cap. III respondemos à QD3 (Que tipo de relação existe entre o terrorismo e os *media* tradicionais?), constatámos que as organizações terroristas dependem da propaganda para atingirem muitos dos seus objetivos e os MT são uma das formas de conseguir fazer chegar as suas mensagens ao maior número possível de pessoas. Para fazerem passar a informação precisam de conquistar a atenção dos *media*, conseguem-no através das violentas ações que planeiam e executam minuciosamente. As organizações terroristas atraem os *media* para ganharem atenção e consciencialização internacional, espalhando o medo, a fim de serem reconhecidas as suas motivações, garantirem o respeito e a simpatia



daqueles em nome de quem supostamente atuam e garantirem a legitimidade da causa que defendem. As ações sangrentas, levadas a cabo por essas organizações, são extremamente apelativas para a esmagadora maioria das audiências mundiais que, avidamente, consomem esse tipo de notícias. Conscientes dessa procura os *media* envidam todos os esforços para efetuarem uma exaustiva cobertura das mesmas, fornecendo às suas audiências o que elas pretendem e, ao mesmo tempo, garantindo a desejada fonte de rendimento. Daí se conclui que existe uma instrumentalização dos *media* por parte das organizações terroristas embora esta seja percebida pelos próprios *media*, que a consentem e, até certo ponto, a estimulam. Face ao exposto, damos como comprovada a H3 (Existe uma relação de interdependência entre os dois tipos de organizações, contudo, com objetivos claramente diferenciados).

No cap. IV respondemos à QD4 (Como poderão os *media* sociais transformar-se em novas armas?), verificámos que a *Internet* e os MS, em particular, têm evoluído exponencialmente, o número de utilizadores tem crescido a um ritmo nunca imaginado, ultrapassando as previsões mais otimistas. As potencialidades que este novo *media* possui não passaram despercebidas às organizações terroristas que acolheram de braços abertos a oportunidade de as explorar ao máximo em prol dos seus objetivos. Através da *Internet*, as organizações terroristas tentam atingir muitos dos seus objetivos, desde a guerra psicológica, publicidade e propaganda, financiamento, recrutamento e mobilização, busca de dados, *networking*, partilha de informação e planeamento e coordenação de ações.

As características dos MS, centradas na interação social, têm sido utilizadas como elemento congregador para muitos movimentos de contestação social de variado tipo, nomeadamente os que têm deflagrado, e que continuam a desenrolar-se, no Norte de África e no Médio Oriente, conhecidos por Primavera Árabe. Os MS têm servido mesmo como catalisadores e como aceleradores desses movimentos revolucionários, ajudando à mobilização e coordenação de ações quase espontâneas, não planeadas e sem uma liderança identificada ou reconhecida. Esta inexistência de uma liderança estruturada veio trazer novos riscos, quando associada a um meio poderoso como é o caso dos MS. As características destes, torna-os numa poderosa arma, que pode ser utilizada por qualquer um que pretenda conduzir a sua agenda própria, como é o caso das organizações terroristas. Muitos dos movimentos de revolta visaram a alteração na estrutura dos poderes instituídos, ora esse é um dos objetivos estratégicos das organizações terroristas. Assim sendo estas podem, através dos MS, influenciar o sentido que tomam esses movimentos, assumindo a liderança dos mesmos e, em última instância atingindo o tão desejado poder.



Podemos concluir que os MS, possuem atualmente condições para acelerar a deflagração de conflitos, por um lado, e de conferir a organizações terroristas condições para mais facilmente atingirem o poder. Nesse sentido, damos como comprovada a H4 (As características dos *media* sociais torna-os armas psicológicas, que podem ser utilizadas por poderes difusos).

Consideramos estar em condições de responder à nossa QC (*Qual o impacto social da instrumentalização dos media?*), fruto da investigação desenvolvida e dos dados obtidos, plasmados nos capítulos e analisados nas respostas às QD, possuímos uma base sustentada para afirmar que o impacto social da instrumentalização dos *media* tem sido significativo. Cada *media* que foi criado teve um impacto significativo na sociedade. Com o surgimento dos novos *media*, mais propriamente da *Internet* e a sua crescente utilização, o impacto tem sido significativamente maior ou pelo menos mais rápido. Podemos mesmo afirmar que, estando os MS ainda numa fase de desenvolvimento e expansão, a influência destes terá tendência para continuar a crescer. O baixo custo, a anonimidade e a pouca regulação fazem deles ferramentas sensacionais com potencialidades ilimitadas mas, como em quase tudo o que é bom, pode ser utilizado para o mal. A Primavera Árabe é um dos exemplos das potencialidades dos MS na mobilização de massas, se as organizações terroristas conseguirem efetivar a sua utilização em prol dos seus objetivos então, estaremos perante organizações munidas de uma arma extremamente eficaz e difícil de combater, reduzindo a tradicional assimetria que existe entre estas e os seus adversários, os Estados, visto que o teatro de operações virtual lhes é favorável, libertos que estão dos constrangimentos éticos que os seus adversários possuem.

É nossa convicção ter evidenciado, através da perspetiva de abordagem ao tema, um válido contributo para o conhecimento deste tema tão atual. Consideramos ser pertinente continuar a explorar o tema nomeadamente:

- o estudo de eventuais medidas a desenvolver como defesa contra a utilização desta nova arma, os *media* sociais;
- a análise das possibilidades dos *media* sociais, a explorar pelas Forças Armadas.



Bibliografia

- BBC, 2011. *BBC World*. [Em linha] Disponível em: http://www.bbc.co.uk/worldservice/programmes/2011/02/110217_outlook_egypt_protests_khaled_said.shtml [Consult. 04 fevereiro 2012].
- Bertrand, C.J., 2003. *A Deontologia dos Media*. Coimbra.
- Campones, J.C.C.d.S., 2009. *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo: A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)*. Tese de Doutoramento. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Cardoso, G. & Lamy, C., 2011. *Redes Sociais: Comunicação e mudança*. [Em linha] Disponível em: http://observare.ual.pt/janus.net/images/stories/PDF/vol2_n1/pt/pt_vol2_n1_art6.pdf [Consult. 16 janeiro 2012].
- Castells, M., 2011. *Outras Palavras*. [Em linha] Disponível em: <http://www.outraspalavras.net/2011/03/01/castells-sobre-internet-e-insurreicao-e-so-o-comeco/> [Consult. 01 fevereiro 2012].
- Chadwick, A., 2006. *Internet Politics: States, Citizens and New Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Clark, W.K., 2004. *Vencer as Guerras Modernas: Iraque, Terrorismo e o Império Americano*. Lisboa: Temas e Debates.
- Dayan, D., 2006. *Jornal de Notícias*. [Em linha] Disponível em: http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=583261 [Consult. 5 outubro 2011].
- Dayan, D., 2009. *O Terror Espectáculo: Terrorismo e Televisão*. Edições 70.
- Economist, 2007. *A world wide web of terror*. [Em linha] Disponível em: http://www.economist.com/node/9472498?story_id=9472498 [Consult. 29 novembro 2011].
- Esteves, J.P., 2003. *Espaço Público e Democracia – Comunicação, processos de sentido e identidades sociais*. Lisboa: Edições Colibri.
- Faria, J.V., 2008. *História Concisa do Terrorismo – Parte II*. [Em linha] Defesa e Relações Internacionais Disponível em: http://www.jornaldefesa.com.pt/conteudos/view_txt.asp?id=579 [Consult. 21 novembro 2011].
- Fernandes, J.M., 2011. *Liberdade e Informação*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.



- Frey, B.S. & Rohner, D., 2006. *Blood and Ink! The Common-Interest-Game Between Terrorists and the Media*. Zurich: University of Zurich Institute for Empirical Research in Economics.
- Ganor, B., 1998. *Defining Terrorism - Is One Man's Terrorist Another Man's Freedom Fighter?* [Em linha] Disponível em: <http://www.ict.org.il/ResearchPublications/tabid/64/Articleid/432/Default.aspx> [Consult. 21 novembro 2011].
- Gouveia, L.B., 2009. *O Conceito de Rede no Digital face aos Media Sociais*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Gupta, S., 2011. Exploring Social Responsibility Through Social Media. *Global Media Journal*, 30 junho.
- Hauslohner, A., 2011. *Time*. [Em linha] Disponível em: <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,2053198,00.html> [Consult. 04 fevereiro 2012].
- Hoffman, B., 2006. *Inside Terrorism*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- IESM, 2011. *Norma de Execução Permanente 218*. Pedrouços: IESM.
- Infopédia, 2011. *Infopédia*. [Em linha] Disponível em: [http://www.infopedia.pt/\\$infotainment](http://www.infopedia.pt/$infotainment) [Consult. 11 janeiro 2012].
- iP News, 2011. *iP News*. [Em linha] Disponível em: http://ipnews.com.br/telefonaiip/index.php?option=com_content&view=article&id=20179:chega-a-2-bilho-no-de-usuos-da-internet&catid=37:banda-larga&Itemid=572 [Consult. 10 janeiro 2012].
- Lara, A.d.S., 2007. *O terrorismo e a Ideologia do Ocidente*. Coimbra: Almedina.
- Martin, L.J., 1986. *University of Central Florida*. [Em linha] Disponível em: <http://pegasus.cc.ucf.edu/~surette/mediasrole.html> [Consult. 4 outubro 2011].
- Martins, J.C.L. & Nunes, P.V., n.d. Internet como Factor de Transformação Social e das Relações de Poder. In *PROELIUM – Revista da Academia Militar*. Lisboa: Academia Militar. pp.135-158.
- Mueller, J., 2007. Fear Not. Notes from a naysayer. *BULLETIN OF THE ATOMIC SCIENTISTS*, mar-abr. pp.30-66. Disponível em: <http://pressthat.files.wordpress.com/2007/05/fulltext1.pdf> [Consult. 04 dezembro 2011].
- Nacos, B.L., 2000. Accomplice or Witness? The Media's Role in Terrorism. *Current History*, abril. pp.174-178.



- Nacos, B.L., 2006. *Terrorism/Counterterrorism and Media in the Age of Global Communication*. [Em linha] United Nations University Disponível em: http://archive.unu.edu/gs/files/2006/shimane/Nacos_text_en.pdf [Consult. 03 novembro 2011].
- Nacos, B.L., Bloch-Elkon, Y. & Shapiro, R.Y., 2007. Post-9/11 Terrorism Threats, News Coverage, and Public Perceptions in the United States. *International Journal of Conflict and Violence*, pp.105-126.
- Osipova, Y., 2011. *Hizballah's Media Strategy: Creating a "Theater of Terror"*. [Em linha] Disponível em: <http://journalofinternationalservice.org/wp-content/uploads/2011/08/6OsipovaF11.pdf> [Consult. 03 dezembro 2011].
- Pereira, P.S., 2011. *Destak*. [Em linha] Disponível em: <http://www.destak.pt/artigo/108601> [Consult. 01 fevereiro 2012].
- Pitt, D.E., 1987. *Hijaker of '76 TWA flight burrows out of Federal Prison*. [Em linha] Disponível em: <http://www.nytimes.com/1987/04/18/nyregion/hijacker-of-76-twa-flight-burrows-out-of-federal-prison.html> [Consult. 03 dezembro 2011].
- Quivy, R. & Campenhoudt, L.V., 2008. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa.
- Rogero, N., 2011. *Na Rua Árabe: Causas e Consequências das Revoltas no Médio Oriente*. Alfragide: D. Quixote.
- Shapiro, S., 2002. Conflict Media Strategies and the Politics of Counter-terrorism. *Politics*, maio. p.76–85.
- Sousa, J.d., 2005. *Jornal de Notícias*. [Em linha] Disponível em: http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=502696 [Consult. 4 outubro 2011].
- Taylor, M., 2010. *CNN President Jon Klein More Afraid of Facebook Than Fox News*. [Em linha] Disponível em: http://www.mediabistro.com/fishbowlny/cnn-president-jon-klein-more-afraid-of-facebook-than-fox-news_b14036 [Consult. 18 janeiro 2012].
- TTSRL, 2008a. *Transnational Terrorism, Security & the Rule of Law*. [Em linha] Disponível em: <http://www.transnationalterrorism.eu/tekst/publications/WP3%20Del%204.pdf> [Consult. 09 novembro 2011].
- TTSRL, 2008b. *Transnational Terrorism, Security & the Rule of Law*. [Em linha] Disponível em: <http://www.transnationalterrorism.eu/tekst/publications/WP4%20Del%206.pdf> [Consult. 10 outubro 2011].



- Villarreal, A., 2011. *Voice of America*. [Em linha] Disponível em: <http://www.voanews.com/english/news/middle-east/Social-Media-a-Critical-Tool-for-Middle-East-Protesters-117202583.html> [Consult. 04 fevereiro 2012].
- Weimann, G., 2004. *www.terror.net: How Modern Terrorism Uses the Internet*. Washington: United States Institute of Peace.
- Wikipedia, 2012. *Wikipedia*. [Em linha] Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media [Consult. janeiro 2012].
- Zakaria, F., 2001. *The Politics Of Rage: Why Do They Hate Us?* [Em linha] Disponível em: <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2001/10/14/the-politics-of-rage-why-do-they-hate-us.html> [Consult. 03 dezembro 2011].



Anexo A – Exemplos de aplicações dos *Media Sociais*

Comunicação

Blogs: Blogger, Drupal, ExpressionEngine, LiveJournal, Open Diary, TypePad, Vox, WordPress, Xanga;

Micro-blogging: Dailybooth, FMyLife, Foursquare, Google Buzz, Identi.ca, Jaiku, Nasza-Klasa.pl, Plurk, Posterous, Qaiku, Tumblr, Twitter;

Redes Sociais: ASmallWorld, Bebo, Chatter, Cyworld, Diaspora, Facebook, Google+, Hi5, Hyves, IRC, LinkedIn, Mixi, MySpace, Netlog, Ning, Orkut, Plaxo, The my2i, Tagged, Tuenti, XING, Yammer;

Eventos: Eventful, The Hotlist, Meetup.com, Upcoming, Yelp, Inc.

Colaboração

Wikis: PBworks, Wetpaint, Wikia, Wikidot, Wikimedia, Wikispaces, Wikinews;

Social bookmarking (partilha de favoritos): CiteULike, Delicious, Diigo, Google Reader, StumbleUpon, folkd;

Notícias Sociais: Digg, Chime.In (formerly Mixx), Newsvine, NowPublic, Reddit.

Multimédia

Partilha de Fotografias: deviantArt, Flickr, Photobucket, Picasa, SmugMug, Zoomr;

Partilha de Vídeos: Dailymotion, Metacafe, Nico Nico Douga, Openfilm, sevenload, Viddler, Vimeo, YouTube;

Transmissão ao vivo: blip.tv, Justin.tv, Livestream, oovoo, OpenCU, Skype, Stickam, Ustream, Youtube;

Partilha de Áudio e Música: Bandcamp, ccMixter, Groove Shark, The Hype Machine, imeem, Last.fm, MySpace Music, Pandora Radio, ReverbNation.com, ShareTheMusic, Soundclick, SoundCloud, Spotify, Turntable.fm;

Partilha de Apresentações: Prezi, scribd, SlideShare.



Revisão e Opiniões

Revisão de negócios: Customer Lobby, Yelp, Inc;

Community Q&A: ask.com, Askville, EHow, Quora, Stack Exchange, WikiAnswers, Yahoo! Answers;

Revisão de produtos: epinions.com, MouthShut.com.

Entretenimento

Plataformas de *media* e entretenimento: Cisco Eos, MySpace, YouTube;

Mundos virtuais: Active Worlds, Forterra Systems, Second Life, The Sims Online, World of Warcraft, RuneScape;

Partilha de jogos: Armor Games, Kongregate, Miniclip, Newgrounds. (Wikipedia, 2012)